

REPROGRAMAÇÃO NO CIBERESPAÇO

Um estudo sobre a gradativa reprogramação psicoafetiva e sexual da civilização tecnológica atual e seus efeitos sociais

PRISCILA MAGOSSÍ¹

RESUMO

O presente artigo está dedicado ao estudo da reprogramação dos afetos e da sexualidade na sociedade tecnológica atual manipulados pelo submundo da cibercultura, com foco no setor de *webcamming*. O conceito de reprogramação refere-se à ação ou ao resultado de modificar estímulos vigentes de qualquer ordem para uma finalidade nova e distinta. A reprogramação psicoafetiva-sexual é aqui definida como o processo de manipular o indivíduo — do gênero masculino especificamente — a gradativamente transferir suas preferências originais para o simulacro e para a hiper-realidade fabricados pela indústria do submundo adulto. A argumentação pressupõe que o oligopólio de empresas que controla o mercado de *webcamming* — no Brasil e no mundo — está deliberadamente reprogramando a afetividade e a sexualidade dos seus consumidores a partir de estratégias de manipulação semelhantes às utilizadas por redes sociais, notadamente *Instagram* e *Facebook*. No caso do setor em análise, acredita-se que uma das faces da reprogramação seja viciar o homem em experiências que objetificam e desumanizam as mulheres a partir do estímulo à perversão. Objetiva-se, portanto, investigar como a indústria de *webcamming*, especificamente, está usando esta mesma estratégia para manter adormecida a consciência crítica do seu público consumidor e domesticando as suas profissionais para que este espetáculo distópico aconteça em tempo real, alterando, assim, o modo de sentir, pensar e agir dos homens em suas experiências *online* e *offline*. A articulação temática entre *webcamming*, comunicação, ciberespaço e cultura digital é feita com base no referencial teórico das teorias da comunicação, do imaginário, do pós-moderno e da cultura virtual. Entre os autores vislumbrados destacam-se Baudrillard, Bauman, Debord, Freud, Jung, Sevcenko e Trivinho. Com essas características, a relevância deste artigo justifica-se pela contribuição ao campo de estudo da comunicação e da cibercultura, a partir de um ponto de vista necessariamente tensional, vale dizer, mais criterioso e profundo, dentro do mencionado ramo temático.

Palavras-chave: ciberespaço; cultura digital; reprogramação psicoafetiva e sexual; *webcamming*; perversão.

¹ Priscila Magossi é Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP) e pesquisadora filiada à Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber).

ÍNDICE (DO ARTIGO)

	Nota Introdutória	3
1	Submundo da cibercultura: do <i>porn</i> ao <i>camming</i>	4
2	Indústria de <i>webcamming</i>: dos <i>sites premium</i> aos <i>freemium</i> e híbridos	5
2.1	<i>Premium</i>	5
2.2	<i>Freemium</i>	5
2.3	Híbridos	6
3	Aspectos teóricos da reprogramação: do afeto à radicalização da sexualidade	6
4	Aspectos da reprogramação nos homens: do fetiche à perversão	9
5	Aspectos da reprogramação nas mulheres: da objetificação à desumanização	12
5.1	Como ocorre a objetificação das mulheres no <i>camming</i>	12
5.2	Como ocorre a desumanização das mulheres no <i>camming</i>	13
6	Aspectos práticos da reprogramação: do fetiche pelo corpo à perversão com instrumentos de tortura interativos	14
7	Aspectos psicoafetivos e sexuais nos homens: do entretenimento à reprogramação	18
	Considerações Finais	20
	Referências Bibliográficas	21

Nota Introdutória

“Como princípio, consideremos, antes de tudo, para todos os casos, a vigência de uma determinada condição de vida que é transformada num flagelo humano (material ou imaterial) ‘explorável’ e que, por isso, gera um conjunto de soluções capitalizadoras para resolvê-lo”.

— E. Trivinho

A argumentação parte do pressuposto de que, na contemporaneidade, a civilização tecnológica atual é diretamente influenciada e integrada à cultura digital. Em outras palavras, o que é vivido no ciberespaço influencia atitudes, valores e comportamentos da época em curso, caracterizando o processo psicossocial – *online* e *off-line* – de formação de identidades efêmeras e de representação do indivíduo no meio social. Tendo em vista que a dinâmica espaço-temporal do ciberespaço é virtual e instantânea, tanto o fomento da ansiedade quanto o seu apaziguamento são articulados como estratégia para reprodução do capital. Esta dinâmica se dá mediante relações tensionais e cíclicas que com uma mão produzem miséria e melancolia e, com a outra, oferecem soluções capitalizadoras baseadas na comercialização de estímulos que oferecem recompensas instantâneas a partir da fabricação de simulacros e de hiper-realidade². Isto significa que quem estimula a doença também administra o antídoto de tal sorte que, quanto mais adoecida estiver a sociedade tecnológica atual, mais antídotos serão consumidos. Quando esta dinâmica é aplicada ao universo da afetividade e da sexualidade humana, a consequência é a gradativa reprogramação dos desejos, dos afetos e dos comportamentos.

A lógica argumentativa da pesquisa caminha em direção a uma abordagem interdisciplinar de problemas do mundo tecnológico avançado no que concerne às macrorrelações entre (i) elementos da cultura pós-moderna e (ii) reprogramação psicoafetiva e sexual do homem causada pelo estímulo à perversão sobre a mulher. O estudo propõe que esta reprogramação é propositalmente fabricada pelo submundo adulto no ciberespaço por interesses comerciais dos *sites* eróticos. Este artigo analisa, especificamente, o *modus operandi* da indústria de *webcamming* e seus efeitos sobre o afeto e a sexualidade do tecido social.

² Simulacro e hiper-realidade são conceitos desenvolvidos por J. Baudrillard (1991) e dizem respeito a uma vertente híbrida formada entre o real e o irreal. Por se tratarem de conceitos-chaves para a estrutura deste trabalho de pesquisa, ambos os conceitos são definidos no tópico “*Aspectos teóricos da reprogramação: do afeto à radicalização da sexualidade*” deste artigo.

1. Submundo da cibercultura: do *porn* ao *camming*

O presente estudo tem como objetivo investigar de que maneira os processos psicossociais — individuais e coletivos — da época em curso estão sendo influenciados pelo submundo da cibercultura. Neste contexto, é necessário esclarecer que o conceito de submundo refere-se ao regime de poderes organizado de duas indústrias distintas: a de *webcamming* e a de pornografia (*porn*). O produto oferecido por cada indústria é específico, assim como cada qual apresenta a sua própria lógica de funcionamento. Vale dizer, as empresas e seus respectivos tomadores de decisão possuem diferentes recursos à sua disposição, têm objetivos distintos e seguem estratégias próprias para atingi-los.

A indústria de *webcamming* — ou *camming* — é resultado do processo de digitalização da informação e atua exclusivamente no ciberespaço. Está inserida, portanto, na recente fase de desenvolvimento digital do Capitalismo. O produto desta indústria são interações *online* em tempo real entre usuários (predominantemente, homens) e modelos (majoritariamente, mulheres) que conversam e se enxergam por meio de uma *webcam*. Essa dinâmica possibilita o estabelecimento de conexões afetivas com base no desenvolvimento de vínculos comunicativos entre ambos. Conforme proposto por Contrera (2005, p. 03), os vínculos desempenham importante papel de sustentação da comunicação humana. Entende-se por vínculo o mecanismo complexo, múltiplo e vivo de apropriação (conquista) do outro, capaz de evocar memórias passadas (lembranças) e memórias futuras (desejo). Sendo assim, é imprescindível ter em mente o poder de influência em dimensão psicoafetiva que esta indústria é capaz de exercer sobre (i) os consumidores e (ii) as profissionais.

A pornografia — ou *porn* —, por sua vez, é uma indústria que historicamente antecede o *camming*. Seu produto são performances sexuais gravadas e assistidas assincronamente. Isto é, não existe interação entre o usuário e os atores em cena. As gravações não ocorrem em tempo real. Além disso, apesar da pornografia atualmente ser difundida principalmente no ciberespaço, esta não é uma condição necessária, nem obrigatória. Vídeos pornográficos eram comercializados muito antes do surgimento da internet.

Já o *camming* está intrinsecamente vinculado à rede, isto é, depende do digital e do vínculo comunicativo em tempo real para existir. Conclui-se, assim, que o *porn* e o *camming* mobilizam distintos aspectos da subjetividade humana. Enquanto o *porn* articula apenas recursos sexuais, o *camming* articula recursos emocionais necessariamente e sexuais opcionalmente.

Outro ponto de diferenciação fundamental refere-se à localização da força de trabalho e das operações financeiras de ambas as indústrias. A maioria das mulheres que trabalham nas plataformas de *webcamming* são de países da periferia do Capitalismo, principalmente do Leste Europeu (Romênia, Rússia e Ucrânia) e da América Latina (Colômbia e Brasil). As operações financeiras destas empresas e *studios*, por sua vez, são realizadas em países da centralidade do Capitalismo e/ou em seus paraísos fiscais, tais como Andorra, Belize, Budapeste, Cyprus, EUA, Israel, Luxemburgo e Malta. A indústria pornográfica, por sua vez, atua predominantemente nos EUA no que se refere tanto à localização das atrizes e dos atores quanto à sede das empresas e produtoras.

2. Indústria de *webcamming*: dos sites *premium* aos *freemium* e híbridos

Na indústria de *webcamming* operam três tipos de sites, cada qual com suas peculiaridades:

2.1 *Premium*

Compreende-se por sites *premium* aqueles em que o usuário só consegue interagir com a modelo após adicionar créditos e pagar para entrar na sala particular da modelo. O cadastramento do cartão de crédito, inclusive, é condição necessária até mesmo para a interação por *chat* de texto e acesso às fotos. A interação é exclusiva, ou seja, uma modelo atende um usuário de cada vez.

2.2 *Freemium*

Nos sites *freemium*, por sua vez, a dinâmica é completamente diferente. A interação é semi-automatizada, ocorre em salas públicas e todo o atendimento da modelo é gratuito. A remuneração ocorre exclusivamente por gorjetas (*tips/tokens*). Ou seja, um ou alguns usuários pagam para que todos assistam à performance, como num show de *strep tease*, com pouca ou nenhuma conexão afetiva, vínculo comunicativo e/ou interação verbal. A interação é coletiva, isto é, uma modelo atende dezenas, centenas ou até mesmo milhares de usuários simultaneamente.

2.3 *Híbridos*

Já os sites *híbridos* possuem salas públicas nas quais as modelos conversam gratuitamente com os usuários. Contudo, o atendimento ocorre em salas particulares pagas. Estas, por sua vez, podem ser coletivas (muitos usuários pagando um preço menor) ou exclusivas (atendimento individual por um preço maior).

3. Aspectos teóricos da reprogramação: do afeto à radicalização da sexualidade

Conforme detalhado em linhas pregressas, as diferenças estruturais entre as indústrias de *porn* e de *webcamming* são notáveis, relevantes e substanciais. Todavia, as tendências do mercado da indústria adulta são decididas em regime de colaboração entre elas. Inclusive, ambas promovem conferências, seminários, premiações, feiras e revistas compartilhadas. Este artigo delimita sua investigação ao modo como (i) a indústria de *webcamming* (ii) efetua a reprogramação psicoafetiva-sexual dos seus usuários (homens) e (iii) como domesticam as profissionais do setor (mulheres).

No contexto desta pesquisa, a reprogramação no geral é compreendida como a ação ou o resultado de modificar estímulos vigentes — de qualquer natureza — para uma finalidade nova e distinta. A reprogramação psicoafetivo-sexual, em específico, é aqui tomada como o processo sutil e gradativo de influenciar os homens a modificarem as suas preferências sexuais a partir do simulacro e da hiper-realidade fabricados pelo submundo da cibercultura.

Baudrillard (1991) define simulacro como o esvaziamento do conceito de realidade, de tal modo que se torne impossível distinguir o “real” do “irreal”. No limite, o próprio mundo em que se vive é substituído por um mundo-cópia no qual o indivíduo procura estímulos simulados, o que destrói seus sentidos e suas significações anteriores à reprogramação. Já o conceito de hiper-real nasce da análise entre o indivíduo e o meio, o que se caracteriza (i) pelo consumismo desenfreado, (ii) pela mediação tecnológica e (iii) pelo estímulo de tornar a realidade “*mais real do que o real*” (ibid., p. 20).

Para além do sentido, há o fascínio, que resulta da neutralização e da implosão do sentido. Para além do horizonte do social há as massas, que resultam da neutralização e da implosão do social [...] Os mass media estão ao lado do poder da manipulação das massas ou estão ao lado das massas na liquidação do sentido, na violência exercida contra o sentido e o fascínio? (BAUDRILLARD, 1991, p. 109-110)

O mesmo raciocínio elaborado por Baudrillard também se aplica ao setor em análise — que depende do ciberespaço para operar. É possível reconhecer que a indústria de *webcamming* produz um “*idealismo furioso do sentido*” (ibid., p. 111), no qual a informação qualificada é deliberadamente destruída ou neutralizada pelos (*cyber*)*media*. No espetáculo cibercultural, as mulheres são apresentadas como mercadoria perecível e descartável. Afinal, esta indústria faz do suposto “entretenimento”, um espetáculo distópico cujo *modus operandi* pressupõe, necessariamente: (i) esvaziar os sentidos, (ii) estimular o consumo desenfreado, (iii) saturar a informação e (iv) adormecer a consciência crítica. Trata-se, portanto, da própria “*liquidação dos sentidos*”.

Debord (1997) descreve a sociedade vigente como a sociedade do espetáculo, isto é, regida pelo entretenimento e fundamentalmente caracterizada pelo adormecimento da consciência crítica pelo artifício da sedução. Como tal, a sociedade do espetáculo não mede esforços para compensar a perda do vínculo de corpo presente e o empobrecimento cultural, direcionando o tecido social para uma celebração permanente das pessoas vislumbradas como mercadorias, como novidade, como quantidade, como consumo, como espetáculo, enfim.

A troca do mundo físico (concreto) pelo virtual (imaterial) inverte a codificação do real: a realidade torna-se imagética, construída mentalmente em um universo virtual, que repousa em ligações tênues, sobre eixos delicados (BAUDRILLARD, 2001, p. 61). Toda economia, cultura e política do século XXI passam por um processo de negociação, distorção e apropriação dessa dimensão espaço-temporal, que se alimenta de uma vida imaginária, voltada para a mercadoria (BENEDIKT, 1991, p. 62). De acordo com Sevcenko, o objetivo disso tudo é:

[...] propiciar a seres solitários, exauridos e anônimos, a identificação com as sensações do momento e com os astros, estrelas, personalidades do mundo glamouroso das comunicações. Além, é claro, de preencher o vazio de suas vidas emocionais e o tédio das rotinas mecânicas com a vertigem dos transe sensoriais e experiências virtuais de potencialização, multiplicação e superação dos limites de tempo e espaço. (SEVCENKO, 2001, p. 78-79)

A indústria de *webcamming* é resultado da sociedade do espetáculo e a imagem do corpo feminino é a sua principal mercadoria vendida no ciberespaço. O “humano-mercadoria” simboliza, portanto, uma matéria perecível e descartável cujo proprietário empenha-se em despertar no consumidor uma relação de identificação como produto, como desejo, como afeto, como uma espécie de erro, enfim.

Jung (1990, p. 99) afirma que a faculdade humana de auto-organização e desenvolvimento da memória proporciona ao indivíduo mapeamento e combinação dos acontecimentos separados pela distância temporal entre um evento e outro. A condição de contextualizar relaciona-se à capacidade de conexão entre a informação nova e o conteúdo de memória psíquica já registrada. No intuito de impedir que o indivíduo tenha tempo hábil para refletir se o que está sendo anunciado lhe faz ou não sentido, as empresas se empenham em bombardear o seu público-alvo de fotos, vídeos e *stories*, *saturando-o de* imagens e textos estrategicamente alienantes.

Desse modo, ocorre uma queda na competência conectiva da relação sujeito-informação, e, assim, se dá a manipulação na época em curso. É por isso que é fundamental que o setor produza uma enxurrada de publicidade e estimule as profissionais a atualizarem freneticamente seus *perfis*, pois a informação, quando saturada, gera a desorientação necessária para o consumo imediato, de uma mercadoria perecível. No caso desta análise, homens recorrentemente expostos a uma overdose de recomendações de conteúdo — cuidadosamente estimulado pelo oligopólio de empresas que controlam este setor — estão sujeitos à reprogramação dos seus afetos e da sua sexualidade.

A pesquisa em desenvolvimento mapeou, até o presente momento, diferentes graus de degeneração psicoafetiva e diferentes níveis de radicalização da sexualidade masculina provocados pelo simulacro da indústria de *webcamming*. Todavia, este artigo abordará exclusivamente a dimensão da reprogramação que se refere à produção de perversão nos homens. Conforme será demonstrado, a perversão é resultado *de um processo gradual, dissimulado e contínuo de objetificação e desumanização das mulheres por intermédio da publicidade do setor e de interações artificiais realizadas dentro das salas de videochat*. Com efeito, os elementos teóricos e práticos da pesquisa pressupõem definições mais cuidadosas.

4. Aspectos psicanalíticos da reprogramação nos homens: do fetiche à perversão

A psicanálise distingue o fetiche da perversão como fenômenos próprios. Entende-se por *fetiche* a transferência da pulsão sexual para uma performance específica, consentida e apreciada pelos envolvidos. Já a *perversão* é compreendida como uma patologia na qual ocorre o desvio da pulsão sexual para experiências assimétricas e hierárquicas em que o gozo de um é necessariamente proporcionado a partir do sofrimento do outro — que não consente nem aprecia a experiência. Isto é, passa a ocorrer uma limitação do sujeito na sua capacidade de se relacionar de forma saudável com a alteridade (FREUD, 1917). Em outras palavras, a perversão “*seria a tentativa de impor a imaginação erótica a um outro que não consentisse nisso ou que não fosse responsável*” (MCDUGALL, 1997, p. 192).

A publicidade da indústria de *webcamming* estimula os homens a tratarem as mulheres das formas mais desprezíveis que conseguirem imaginar, fazendo-os acreditar que estão numa posição fascinante de controle e de poder. “*Elas querem isso!*” dizem-lhes as empresas, escondendo-lhes completamente que o motivo pelo qual as mulheres estão ali é a sobrevivência financeira. O objetivo dessas empresas é o condicionamento do desejo do homem para escolhas de performances mais rentáveis para a empresa, isto é, àquelas que ele não possa viver em sua vida ordinária. Portanto, quanto mais simulacro e mais hiper-realidade são consumidos, mais lucro e mais vício são gerados. Compreende-se por vício a dependência e o hábito repetitivo que, necessariamente, seja degenerativo e prejudicial ao indivíduo. Seguem exemplos de frases publicitárias e mensagens automáticas apresentadas aos usuários com imagens das profissionais dos *cam sites*:

EN: Let me be your sex slave. I'll do whatever you want me to do on my webcam

PT: Deixe-me ser a sua escrava sexual! Eu vou fazer tudo o que você quiser na minha webcam!

EN: Don't come here looking for love. Get instant sexual satisfaction!

PT: Não venha aqui procurando por amor. Encontre satisfação sexual instantânea!

EN: Level 5 [Ultra High Vibration 60 seconds] activated! Thank you sweetheart, I love it!

PT: Nível 5 [Vibração de potência 'Ultra High' 60 segundos] ativada! Obrigada querido, eu amo isso!

Ou seja, os discursos são construídos em primeira pessoa do singular e são associados a fotos e vídeos das mulheres que trabalham nos sites de *webcamming*. Como os anúncios dizem que as mulheres desejam ser tratadas de maneira abusiva, os homens sentem-se isentos de qualquer responsabilidade, ética, moral ou culpa ao humilharem as mulheres. Pelo contrário, são encorajados a fazê-lo. Assim, são produzidas diversas distorções no imaginário do homem. O homem passa a acreditar que tudo isso é um simples fetiche (consensual e prazeroso para todos), mas a intenção real desta publicidade é viciá-lo em perversão (no sentido psicanalítico) e em violência (concreta e invisível³) contra as mulheres.

É possível compreender a gravidade da reprogramação psicoafetiva-sexual provocada pelo oligopólio de empresas que controlam a indústria de *webcamming* ao se considerar a importância da capacidade imaginativa para a subjetividade humana. Na perspectiva de Cassirer (2005, p. 23), a imaginação refere-se à capacidade humana de conceber imagens, e permite ao indivíduo mergulhar em um terreno específico de irrestrita criatividade. Sobre o tema, Morin especifica:

Desde então a imagem não é uma simples imagem, mas contém a presença do duplo do ser representado e permite, por seu intermédio, agir sobre esse ser; é esta ação que é propriamente mágica: rito de evocação pela imagem, rito de invocação à imagem, rito de possessão sobre a imagem (enfeitiçamento). (MORIN, 1988, p. 133).

Jung (1990, p. 87), por sua vez, explica que qualquer descrição completa da realidade inclui a presença da psique humana e um elemento de significação, tendo em vista que “*a imagem é uma expressão concentrada da situação psíquica como um todo [...] tanto inconsciente⁴ quanto consciente*” (ibid., 1990, p. 88). Sendo assim, as imagens não podem e não devem ser ignoradas. Dito de outro modo, a reprogramação sexual é embutida no inconsciente masculino por meio de uma espécie de “cavalo de troia⁵” que, por fora, parece

³ Para designar a violência invisível também são utilizados termos como “violência da técnica”, “violência simbólica”, “violência transpólitica”, “violência sutil/sofisticada”, “violência estrutural-ciberspacial” e “violência obliterada” (TRIVINHO, 2007, p. 435).

⁴ Tanto os conteúdos da existência individual (inconsciente pessoal) quanto os arquétipos (imagens do inconsciente coletivo) são camadas psíquicas que se diferem do estado consciente (JUNG, 1990, p.93).

⁵ A expressão “cavalo de troia” ou “presente de grego” refere-se a algo aparentemente agradável e inofensivo, mas que acarreta consequências catastróficas para quem o recebe, pois o emissor efetivamente agiu de má fé ao enviar o presente ao seu destinatário. O Cavalo de Troia foi um grande cavalo de madeira construído estrategicamente pelos gregos para ser enviado para dentro das muralhas de Tróia durante a Guerra de Tróia. Decisivo para a vitória grega, o Cavalo de Tróia foi enviado como “presente” para os adversários troianos, contendo, em seu núcleo, soldados gregos, empenhados em conquistar Tróia.

apenas um inofensivo fetiche (que a mulher supostamente consente e aprecia) mas que, internamente, carrega uma poderosa carga perversa de radicalização sexual (em que nem a mulher *online* e nem as mulheres *offline* sentem prazer).

Em suma, a indústria de *webcamming* deliberadamente está construindo uma espécie de simulacro (parece que não há sofrimento, mas há) e simulação (parece que há prazer, mas não há), no qual a radicalização *online* das performances no *camming* deixa os homens viciados num tipo de estímulo violento que não encontrará em suas relações *offline*, e que só pode ser encontrado *online*.

Neste momento, é importante pontuar que conforme mencionado anteriormente (conforme visto no tópico “Nota Introdutória”) as experiências vividas no ciberespaço influenciam comportamentos *offline*. Logo, a reprogramação transcende as experiências vividas nas salas de *videochat*. Isto significa que os homens reprogramados por anúncios publicitários e por experiências perversas em salas de *videochat* podem estar degenerando afetiva e sexualmente inclusive as pessoas com as quais se relaciona *offline*. Isso significa que outros aspectos da vida do indivíduo possam estar sendo devorados por essa degeneração da sensibilidade sem que ele perceba.

O mesmo fenômeno ocorre com as redes sociais na *Internet* (*Facebook* e *Instagram*, principalmente, que são redes intensivas em manipulação/sugestão de conteúdo no *feed*), reconhecidas como agrupamentos complexos, cuja formação ocorre a partir de interações sociais, apoiadas em tecnologias digitais de comunicação. As redes sociais são palco de representação, motivação, organização e visibilidade, que se traduz nos modos de sentir, pensar e agir do sujeito na vida cotidiana, além de confirmá-lo. Ou seja, não apenas influenciam como modelam a maneira pela qual o sujeito contemporâneo organiza a dinâmica tanto das relações quanto dos valores sociais, políticos e culturais na presentidade *mediática* (MAGOSSO, 2020, p. 80).

Assim, experiências perversas e degenerativas *online* fabricadas pela indústria adulta e consumidas pelo homem passam a ser uma necessidade incontrolável que, gradativamente, devora a vida afetiva e sexual do sujeito e que são momentaneamente saciadas, consumindo mais experiências *online* numa espiral crescente de vício que se baseia em degeneração afetiva e em radicalização sexual.

5. Aspectos da reprogramação sobre as mulheres: da objetificação à desumanização

Objetificação e desumanização são processos que banalizam aspectos emocionais, subjetivos e psíquicos do indivíduo, invalidando, assim, seus pensamentos e sentimentos. No caso das pessoas cujo corpo é exposto como mercadoria, a expectativa do “consumidor” é a de que sejam obedientes, passivas e (simulem estar) felizes com aquela forma de exploração — independentemente de como efetivamente se sintam e do que verdadeiramente pensem.

No caso do *camming*, tratam-se, especificamente, de processos cuja característica determinante é a deslegitimação cognitiva e afetiva das mulheres para que se limitem a agradar afetiva e sexualmente aos homens na rede. Em geral, ocorre o esvaziamento de todo o capital da mulher, de modo que apenas o seu capital erótico tenha valor naquela relação. Assim, fantasias e desejos perversos são calculadamente estimulados no imaginário dos usuários pelos departamentos de *marketing* das empresas. Entretanto, os dois fenômenos são distintos, relevantes para o estudo e, portanto, merecem definição cuidadosa e contextualização com o mercado do *camming*, conforme será feito no tópico a seguir.

5.1. Como ocorre a objetificação das mulheres no *camming*

A objetificação no *camming* realiza-se com a mulher obedecendo aos comandos do homem. No *premium* (performances particulares) a objetificação ocorre sem estímulo explícito à desumanização. Já no *freemium* (performances públicas) a objetificação é feita com extremo incentivo à desumanização. Afinal, não se espera que um objeto sinta e pense, mas sim que cumpra a função para a qual foi criado. Em outras palavras, a mulher é instrumentalizada.

Muitas vezes, os sujeitos objetificados até são tratados com cuidado, pois sua longevidade é importante para o consumidor, que se sente “proprietário” do “seu objeto”. Além do mais, às vezes os sujeitos-objetos são até mesmo “humanizados” e recebem “apelidos carinhosos”. Portanto, apesar do potencial cuidado ou carinho, existe objetificação, pois os pensamentos e os sentimentos do sujeito objetificado (no caso, a mulher) estão invalidados. No caso do *camming*, o que importa naquela relação é apenas a satisfação de um dos lados, o do homem, que é quem está pagando pelo serviço, portanto a relação é de utilização, instrumentalização e objetificação da mulher.

5.2 *Como ocorre a desumanização das mulheres no camming*

Por outro lado, em processos de desumanização, a mulher é completamente destituída da sua dignidade, humanidade e subjetividade — em camadas muito profundas. Nesse tipo de “interação social” não há limites. Tudo é válido. É aqui que se semeia a perversão. Em oposição ao objeto que pode ser acariciado e cuidado para “uso” posterior, no caso da desumanização, a utilidade instantânea determina as ações.

Em relação ao *camming*, uma mulher exposta a condições desumanizadoras dia após dia vai sendo condicionada a se submeter a situações cada vez mais degradantes, o que inclusive inclui violência física⁶. Contudo, é preciso esclarecer que quando uma profissional deste mercado aceita a ser objetificada e desumanizada, isso não significa que ela goste do tratamento que recebe. Muito pelo contrário. Aceitar submeter-se a tais condições insalubres e desumanas — isto é, fazer uma performance para convencer os espectadores de que sentiria prazer enquanto, na verdade, sente angústia —, é apenas um sintoma mórbido típico da decadência do Capitalismo, qual seja, a vulnerabilidade financeira.

Neste momento, é fundamental mencionar que uma das principais estratégias do setor de *webcamming* é convencer as profissionais a seguirem as sugestões dos gerentes das empresas para receberem tráfego de usuários e posição de destaque nos sites. Como quase tudo no Capitalismo, esta forma de dominação — opressão de gênero e exploração econômica — é apresentada às mulheres como “empreendedorismo” e “empoderamento feminino”. Os estudos de Bauman sobre este momento de crise peculiar que se vive na contemporaneidade, no qual a dignidade humana é um ideal perdido nas relações líquidas, dialogam sobre essa perspectiva em questão:

[...] Significa não somente a falta de prazer, mas a falta de dignidade humana. De significado na vida. Em última instância, de humanidade e de quaisquer outras bases para o autorrespeito e para o respeito das pessoas à sua volta. (2013, p. 83).

⁶ As violências físicas pelas quais as mulheres são condicionadas a se submeter na atualidade serão abordadas no tópico “*Aspectos práticos da reprogramação: do fetiche pelo corpo à perversão com instrumentos de tortura interativos*” com os chamados “vibradores interativos” e “máquinas de penetração interativas”, isto é, objetos que ficam instalados nos corpos das mulheres durante seu expediente de trabalho, em salas públicas, à espera do controle do usuário em tempo real. Entretanto, são anunciados pela publicidade como “interatividade” e “sofisticação tecnológica”, além de, é claro, máquinas que dariam muito prazer às mulheres com o controle (e a potência) dos homens. Potência, vale dizer, não apenas no sentido psicanalítico, mas no sentido da própria máquina, efetivamente.

Dessa forma, naturalizar a objetificação e a desumanização das mulheres como uma ritualidade cotidiana⁷ tende a instigar o imaginário dos homens para a criação de cenários cada vez mais perversos e sádicos, os quais, ali, no ciberespaço, poderão ser realizados anonimamente, ou seja, sem qualquer vergonha ou reprovação social. O termo *ritualidade cotidiana*⁷ diz respeito ao padrão de ações concretas, empreendidas em ocasiões particulares, com determinada finalidade, configurando, assim, poderoso vetor de validação dos comportamentos e dos valores de uma comunidade (MAGOSSY, 2020).

Assim, investiga-se aqui o *modus operandi* por meio do qual o oligopólio de empresas que controla o setor de *webcamming* — no Brasil e no mundo — vende aos seus usuários a fantasia de que esvaziar a subjetividade de uma mulher seria uma experiência muito prazerosa **para ela** (“*tudo é permitido porque a mulher gosta assim, ela prefere assim, ela está pedindo desse jeito*”, dizem-lhes os *sites*). Trata-se de uma manipulação, um discurso repetido por esta indústria inúmeras vezes, todos os dias, tanto para os homens quanto para as mulheres.

6. Aspectos práticos da reprogramação: do fetiche pelo corpo à perversão com instrumentos de tortura interativos

Vive-se um momento em que a crueldade contra a mulher passou a ser comercializada como espetáculo distópico em tempo real. Celebra-se a nova mercadoria: o híbrido criado entre o corpo humano e a máquina, exposto e comercializado no ciberespaço. No seminário “Tecnologia e Poder⁸”, em 2014, Marilena Chauí apontou que a destruição do espaço e do tempo pelas novas tecnologias da informação desenhariam um novo ser humano: “*no futuro seremos ciborgues, híbridos*”. Esta criatura monstruosa prevista por Chauí foi fabricada pelo oligopólio de empresas que controla o setor de *webcamming* e é tema deste tópico da pesquisa.

⁷ A obra em questão reconhece que as redes interativas ocupam eixo prioritário nas profundas mudanças experimentadas em diversos aspectos da vida social cotidianas e dividiu as ritualidades mapeadas em três categorias distintas: (i) ritualidades na era digital, (ii) ritualidades no ciberespaço, e (iii) ritualidades nas redes sociais. Apesar das diferenças técnicas no que se refere à estrutura das ritualidades em cada dimensão digital, a obra apontou para um diagnóstico comum no que tange à sua principal lógica de funcionamento: a presença *online* tornou-se uma exigência da época em curso no sentido de validar as experiências vividas *off-line* e de vincular o indivíduo ao coletivo (MAGOSSY, 2020).

⁸ O Seminário aconteceu na Biblioteca Mario de Andrade em 25 de março de 2014 e teve como debatedores os professores Sergio Amadeu (UFABC), *Langdon Winner (Rensselaer Polytechnic Institute – New York)* e Marilena Chauí (USP). A mesa teve mediação do editor da Fórum, Renato Rovai.

Entre as práticas mais abusivas do setor de *camming* em todo o mundo estão os “vibradores interativos” (*vibe toys*) e as “máquinas de penetração interativas” (*fucking machines*). Tratam-se de objetos mecânicos que ficam inseridos no corpo da mulher durante o seu expediente de trabalho, por diversas horas, à espera do controle do usuário. Trata-se da *catástrofe inescapável* à qual Bauman se refere em sua obra *O medo líquido* (2008), considerando que não há mais controle em relação ao modo como a tecnologia é usada.

Quase todas as plataformas de *camming* dão mais visibilidade e direcionam mais tráfego às mulheres que estão com a “nova ferramenta” de trabalho instalada em seus corpos e ligadas, prontas para receber comandos transmitidos por *bluetooth*. Receber maior visibilidade significa receber maior volume de tráfego de usuários em suas salas, condição necessária para receber gorjetas (“*tip*”/“*token*”) que ativam o instrumento. Em termos operacionais, significa que as mulheres que “voluntariamente” se sujeitam a esta tortura ficam “na frente” daquelas que escolhem preservar a saúde física dos seus corpos. A publicidade desses *sites* estimula, também, diferentes níveis de tortura: vibrações “brutais” (“*monster vibe*”) e penetrações mais potentes (“*ultra-high*”) custam mais caro. Aqui, portanto, os *sites* jogam novamente com a liberdade de enganar os usuários, dizendo-lhes que paguem mais caro para produzir vibrações ou penetrações mais fortes e, assim, proporcionem mais prazer às mulheres.

É crucial ressaltar que os tomadores de decisão nesses departamentos não são assessorados por cientistas sociais, tampouco por profissionais da saúde, tais como psicólogos e psiquiatras. Ou seja, as decisões são tomadas sem que haja necessariamente um nível mínimo de integridade e ética profissional ou até mesmo algum compromisso com a saúde física e mental das mulheres e dos homens.

Conclui-se, portanto, que, para a *camming industry* no geral e para os *sites freemium* em particular, a violência da técnica é apreendida como violência concreta propriamente dita, e não mais caracterizada apenas como violência simbólica, invisível, isto é, apenas passível de compreensão pelos seus efeitos. Nessa perspectiva, a violência que está acoplada aos avanços tecnológicos representam vetores que *desorganizam* relações e valores sociais, reescalando — de modo permanente — a produção de sentido na sociedade vigente (TRIVINHO, 2007, 69).

É importante mencionar que a modelo é encarregada de comprar o seu próprio instrumento de tortura, os quais não custam menos de R\$ 1.500 e são desenvolvidos por apenas algumas marcas que, não por acaso, trabalham em parceria com os *cam sites*. Assim, todos os *sites* que promovem essas ferramentas possuem parcerias com os fabricantes e lucram

duplamente com essa forma de violência física contra a mulher. Com essa “jogada comercial” as empresas de *camming* criaram um enorme mercado para esses equipamentos que, de outra forma, nunca sequer existiria.

Ainda na lógica perversa de convencer as mulheres e os usuários de que tudo isso é razoável e muito prazeroso para todos, diversos *cam sites* transformam a crueldade em um espetáculo distópico, elegendo as mulheres que tiveram a “melhor performance interativa” (“*best vibe performer*”). Isto é, recebe um prêmio da empresa quem tiver suportado essas torturas físicas e psicológicas por mais tempo.

Ou seja, as mulheres são incentivadas pelas empresas a competirem entre si (*melancholia do único*) pelo centro da cena mediática (*visibilidade mediática*), alienando-se sobre o que, de fato, está sendo feito com os seus próprios corpos e quais as consequências desta violência para a sua saúde física e mental.

No arco de caracterização da violência invisível, a *melancholia do único* é definida como um procedimento de defesa antecipada, resultante do desejo do único, que contém, em seu âmago, a ânsia pelo ofuscamento da alteridade por medo do ofuscamento do si-próprio da cena mediática (TRIVINHO, 2010, p.10). Já a *visibilidade mediática* configura o imperativo comunicacional da necessidade em aproximar-se do foco mediático a partir da encenação do si-próprio e dos pertences e interesses comuns (TRIVINHO, 2009, p. 3).

O desejo de domínio do centro da cena não esconde, assim, a sua propensão denegatória de base: o objetivo precípua jamais é a eliminação material do outro ou a destruição literal de sua imagem (...); o objetivo é o seu enquadramento na sombra, o seu deslocamento (tanto mais duradouro quanto possível) para a periferia do foco da cena mediática. A vocalização precisa da melancholia do único tem poucas variações: vida longa à alteridade, desde que turvada. Essas observações não evidenciam senão os pressupostos bélicos imperscrutáveis e inexpugnáveis da melancholia do único. O princípio da guerra [...] sobrevive intacto onde menos se suspeita: nos ares civis da vida cotidiana, a partir do avesso esquecido da subjetividade democrática (TRIVINHO, 2010, p. 10 apud VIRILIO, 1984; TRIVINHO, 1999, 2007, p. 279-320).

Neste momento, vale evidenciar que as mulheres recebem apenas uma parte menor do valor das gorjetas enviadas pelos usuários. Em geral, de 50% a 88% do valor enviado pelo usuário fica com o *cam site*. O que mais chama atenção nesse *modus operandi* é que:

Nada nos espanta porque nada é novo. Não estamos jogados no meio das coisas, mas no meio dos instrumentos. Esses instrumentos são, no fundo, prolongamentos e projeções do nosso próprio eu. As máquinas são nossos braços prolongados, os veículos nossas pernas prolongadas, e o mundo em geral é uma projeção do nosso eu sobre a superfície calma e abismal do nada [...] E o “outro” que compartilha conosco esse mundo instrumental é, ele próprio, instrumento, sendo fornecedor ou consumidor, parceiro ou concorrente. (FLUSSER, 2002, p. 92).

Ou seja, estamos tão habituados a vincular a tecnologia ao cotidiano que a introdução de máquinas de tortura deste porte não chama a atenção de ninguém. Inclusive, as empresas que fabricam vibradores e máquinas interativas vendem estes verdadeiros instrumentos de tortura com o maior cinismo como sendo “o futuro e a inovação” do setor e associam o uso a “empoderamento feminino”.

Em *cam sites* no estilo “*freemium*”, esse tipo de ferramenta é, atualmente, a principal condição imposta para que as mulheres consigam obter destaque, tráfego e, conseqüentemente, renda. No caso dos sites no estilo “*premium*”, ainda é possível que as mulheres cultivem conexões (vínculos afetivos) com os usuários em vez de terem que aceitar se reduzir a um mero objeto sexual e a fazerem de conta que estão “ansiosas” pela dominação e pela tortura do homem.

A indústria de *webcamming*, na prática, configura-se como uma espécie de *Faroeste Digital* no qual vale-tudo — menos associar a identidade dos proprietários às suas empresas de *camming*⁹. Entretanto, é importante ressaltar que ainda existem alguns raros profissionais éticos no setor que reconhecem a importância dos direitos humanos e do desenvolvimento de relações civilizadas entre a profissional e o usuário. Por isso, não são todos os *cam sites* que estimulam a brutalidade e que chantageiam as mulheres a terem que usar os instrumentos de tortura como condição para lhes direcionar tráfego de usuários. Não obstante, é notável o esforço que profissionais éticos têm feito ao longo de todos esses anos para perdurar no mercado e apoiar pautas subversivas.

⁹ Os donos dessas empresas de *camming* são majoritariamente homens brancos. São bastante cuidadosos, discretos e reservados quanto à sua própria imagem pessoal e identidade. Preferem o anonimato empresarial em vez da fama. Raramente são contratadas mulheres e homens negros para cargos em que haja *tomada de decisões relevantes* no setor.

7. Aspectos psicoafetivos e sexuais nos homens: do entretenimento à reprogramação

O estudo em desenvolvimento mapeou três categorias de sujeitos que são impactados por esta reprogramação: (i) os usuários (geralmente homens), (ii) as profissionais do setor (geralmente mulheres) e (iii) as mulheres que se relacionam com esses usuários na vida *offline*. Esse tópico do artigo irá tratar, especificamente, do efeito da reprogramação afetivo-sexual nos homens.

O “*idealismo furioso do sentido*” (BAUDRILLARD, 1991, p. 111) produzido pela indústria de *webcamming* direciona o homem para acreditar que o entretenimento é para todos, homens e mulheres, na mesma proporção, e que todos estão se divertindo. Entretanto, nada pode estar mais distante da realidade:

(i) O homem procura pelo serviço da mulher para, efetivamente, se entreter, pois este é o seu momento de lazer e, inclusive, paga por isso.

(ii) Já a mulher não está lá para se entreter. Ela cobra para oferecer um serviço, por mais que isso seja romantizado. Isto é, as diversas horas em que a mulher está na frente da sua *webcam* são, precisamente, o seu expediente de trabalho.

Numa sociedade capitalista, que estrategicamente busca impedir as pessoas de pensarem criticamente sobre sua própria condição, não é de se estranhar o vício em entretenimento como fuga da miséria que configura nossa existência compartilhada. Assim, é fácil para um oligopólio, de qualquer setor econômico, determinar propostas radicais e, assim, gradativamente, reprogramar o comportamento social, direcionando-o tanto quanto possível para seus próprios interesses econômicos específicos.

Bauman (2003, p. 68) descreve o período em curso como *modernidade líquida*, o qual é fundamentalmente marcado pela angústia, pelo mal-estar constante, pela consciência de fracasso e pela fragilidade dos laços sociais. Não há mais noção de identidade, apenas de eficácia. Sendo assim, se as pessoas não sabem quem são e nem querem descobrir, tampouco conseguirão perceber a manipulação à qual estão submetidas e a toxicidade desse processo.

De acordo com Baudrillard (1991, p. 75), a perda dos grandes referenciais, das metarrativas, representa um trauma tão grave, tão profundo e tão irreversível, que justifica a era da simulação mediática em que nos encontramos. Não importa em que níveis se dão essas simulações, elas não são mais alheias à realidade, são elas — infelizmente — as suas próprias realidades. Hoje em dia, por toda parte, são memórias artificiais que não somente apagam a memória das pessoas, mas que apagam as pessoas da sua própria memória.

A reprogramação via perversão propriamente dita enquadra-se no arco de caracterização dos fenômenos invisíveis: não apreensível em sua essência, mas passível de compreensão por seus efeitos. Como tal, a violência invisível é descrita por Trivinho (2007) como esteio de um drama social silencioso que reveste o modelo de civilização propriamente *mediática* (p. 39), isto é, deleite de tortura típico da sociedade capitalista.

Pouco a pouco, essa forma de sentir prazer constrói distorções no mecanismo de prazer. Essas distorções lentamente vão se aprofundando e se tornando perversões. Ao longo do processo, o homem saudável tinha, no máximo, algumas fantasias sexuais divertidas e inofensivas. Contudo, o homem é exposto repetidamente a esse tipo de interação que deliberadamente confunde alegria e sofrimento. É assim que o homem exposto a esta espécie de armadilha psicoafetiva torna-se dependente (viciado) e fascinado (enfeitiçado) pela conexão prazer-dor. Sem perceber, torna-se escravo do fetiche. Após algum tempo sugerido a isso, passa a só conseguir sentir prazer com determinadas performances sexuais que envolvam dor e humilhação. Por se tratarem de necessidades que causam sofrimento no outro, não se trata mais de um fetiche inofensivo, mas de uma perversão.

O rastro de destruição psicoafetiva desse processo não termina aí. Muitos desses homens, que foram estimulados a desenvolverem este comportamento perverso humilhando mulheres atrás de uma tela de computador *online*, também se relacionam com outras mulheres em suas vidas *offline*. O que se pode esperar de uma pessoa que, gradativamente, atravessou a fronteira da fantasia e do fetiche, e chegou ao território da perversão? Como esse homem sentirá prazer com suas parceiras na vida *offline*? Conseguirá sentir prazer sem reproduzir interações perversas com outras pessoas? Ou precisará visitar frequentemente os únicos lugares que lhe oferecem experiências radicais de subjugação e humilhação feminina para aplacar seu novo vício e conseguir sentir prazer?

Considerações Finais

A atual pesquisa tem feito descobertas de significativa relevância para os estudos da comunicação e da cibercultura a partir da investigação sobre como o submundo da cibercultura fabrica — em escala industrial — a reprogramação psicoafetivo-sexual nos homens que consomem (i) pornografia, (ii) *webcamming* e (iii) anúncios publicitários desta indústria. No caso deste artigo, a análise restringiu seu escopo à investigação sobre como o oligopólio de empresas que controla a indústria de *webcamming* — no Brasil e no mundo — estimula a perversão nos homens mediante a desumanização e a objetificação das mulheres, com o objetivo de viciar o seu público-alvo em experiências psicoafetivas e sexuais cada vez mais radicalizadas e praticamente impossíveis de serem reproduzidas em suas vidas *offline*.

Para tal, o *modus operandi* da indústria de *webcamming* beneficia-se e trabalha para que se reproduza uma determinada condição de vida — de mulheres (profissionais) e de homens (usuários) — cuja consciência crítica permaneça adormecida. Somente ao transformar a sua força de trabalho (feminina) e o seu público consumidor (masculino) num flagelo humano, sem consciência de classe, hipervulnerável e passível de exploração consentida, é que a publicidade do *camming* consegue oferecer um conjunto de soluções capitalizadoras, de modo que esteja estrategicamente calculado de acordo com os interesses econômicos (lucro) do proprietário das empresas.

Mapear a reprogramação no ciberespaço contribui na decodificação de construções sociais prevalecentes na atualidade. Isto é relevante uma vez que as experiências de vida humana, cada vez mais, perpassam as experiências no ciberespaço. Sendo assim, esta argumentação aventura-se na perspectiva de que a indústria de entretenimento adulto — formada pelas indústrias de pornografia e de *webcamming* — manipulam as “escolhas” do seu público-alvo, como não poderia deixar de ser, a partir de seus próprios interesses econômicos, o que é feito a partir de *feeds* hiper-segmentados que tendem à radicalização. Isto significa que a indústria de *webcamming* desenvolve uma estrutura de reprogramação comportamental muito semelhante àquela já amplamente utilizada pelas redes sociais, notadamente *Facebook* e *Instagram*.

Desvelar o modo como a reprogramação é fabricada no ciberespaço significa desvendar o funcionamento das engrenagens por meio das quais os afetos e os desejos da sociedade atual redefine as fronteiras entre natural e artificial, real e virtual, público e privado, próximo e distante, ficção e realidade, e assim por diante. No caso do objeto em análise, essa explanação

tem a máxima importância para a compreensão sobre o modo pelo qual os vínculos sociais são enfraquecidos, bem como os afetos e desejos são reprogramados.

Sendo assim, é possível concluir que o contato diário com a manipulação, a radicalização e a perversão promovidos pelo setor adulto, estão reprogramando — gradativa e sutilmente — os afetos e a sexualidade da civilização tecnológica atual, isto é, dos homens e das mulheres. Além disso, não são apenas os usuários e as profissionais da indústria adulta que sofrem os efeitos dessa reprogramação. As consequências deste modelo de negócios afeta indiretamente todas as pessoas que estão ou que estiveram em contato com alguém que já foi reprogramado. Portanto, os aspectos obscuros desta indústria devem começar a ser objeto de reflexão da comunidade científica, uma vez que a naturalização de experiências desumanizadoras *online* retroagem na vida *offline*, desembocando em consequências que alteram o processo civilizatório em curso como um todo.

Referências Bibliográficas

- ANDERSON, Perry. **Origens da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa, Portugal: Relógio d'Água, 1991.
- _____. **A ilusão vital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- _____. **A comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- _____. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007
- _____. **O medo líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- _____. **Sobre educação e juventude**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.
- CASSIRER, Ernest. **Ensaio sobre o homem**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.
- CHAUÍ, Marilena. **A contração do tempo e o espaço do espetáculo**. 2010.
Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=X5d1TBpXrq0>>
- CONTRERA, Malena. **Mídia e pânico: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia**. São Paulo: Annablume, 2002.
- _____. **Ontem, hoje e amanhã: sobre os rituais midiáticos**. In: **Famecos**, n. 28, Porto Alegre, 2005.

- CYRULNIK, Boris. **Os alimentos do afeto**. São Paulo: Ática, 1995.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- FUKUYAMA, Francis. **O fim da história e o último homem**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.
- FLUSSER, Vilém. **Da religiosidade**. São Paulo: Conselho Estadual de Cultura, 2002.
- JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 1997.
- LYOTARD, Jean-François. **O pós-moderno**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1986.
- JUNG, Carl Gustav. **Obras completas: psicologia do inconsciente**. Petrópolis: Vozes, 2005.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- FREUD, Sigmund. **Os três ensaios sobre a teoria da sexualidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.
- MAGOSSI, Priscila. **Comunicação e velocidade na civilização tecnológica atual: as ritualidades do ciberespaço e a aceleração da vida cotidiana**. In: **A explosão do ciber mundo: velocidade, comunicação e (trans) política na civilização tecnológica atual**. Eugênio Trivinho (Organizador). CENCIB. São Paulo: AnnaBlume. 2017.
- _____. **Ritualidades e vida cotidiana na cultura digital: uma investigação sobre os processos de comunicação e ritualização no ciberespaço**. São Paulo: Novas Edições Acadêmicas, 2020.
- MCDOUGALL, Joyce. **As múltiplas faces de Eros**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- MORIN, Edgar. **O Paradigma perdido: a natureza humana**. Lisboa: Europa-América, 1973.
- SEVCENKO, N. **Meio ambiente, corpos e comunidades**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- TRIVINHO, Eugênio. **Redes: obliterações no fim de século**. São Paulo: Annablume: 1998.
- _____. Epistemologia em ruínas: a implosão da teoria da comunicação na experiência do ciberespaço. In: MARTINS, F e SILVA, J. **Para navegar no século XXI**. Porto Alegre: Sulina/Edipucrs, 2000.
- _____. **O mal-estar da teoria: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual**. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.
- _____. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.
- _____. **Espaço público, visibilidade mediática e cibercultura: obliteração estrutural da esfera pública no cyberspace**. São Paulo: cópia reprográfica e digital, 2009.
- _____. **Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura: significação social-histórica de um substrato cultural regressivo da sociabilidade em tempo real na civilização mediática avançada**. In: **XIX Encontro Nacional da COMPÓS**, 2010. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_287.pdf>