



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Etnografia do *Pornhub*: Desafios e Estratégias para a pesquisa do âmbito privado em um contexto de midiatização ¹

Maria Júlia Alencastro Veiga²

ESPM-SP

Resumo: A pornografia é um fenômeno cultural cujo consumo cresce exponencialmente. Sites como o xvideos.com e o pornhub.com sempre estão nas listas de websites mais acessados ao redor do mundo. O presente artigo busca analisar o material pornográfico a partir de um contexto de midiatização, uma vez que seu caráter altamente imersivo o coloca na vanguarda de novas tecnologias, tecendo uma reflexão sobre as estratégias e desafios da etnografia virtual voltada para o estudo do material pornográfico.

Palavras chave: pornografia; etnografia virtual; público e privado

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Consumo e Institucionalidades, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Bacharela em Antropologia Social pela Universidade de Brasília. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo. Integrante do Grupo de Pesquisa em Ética, Comunicação e Consumo do PPGCOM ESPM. E-mail: mariajuliaveiga@gmail.com



Pornografia e midiatização

A pornografia é um fenômeno cultural cujo consumo cresce exponencialmente, sites como o xvideos.com e o pornhub.com sempre estão nas listas de websites mais acessados ao redor do mundo³. O *pornhub.com* chegou a ter, somente em 2017, 28,5 bilhões de acessos e até o aniversário de 10 anos do site contava com 1,5 milhões de horas de conteúdo disponível⁴. Tendo em vista a magnitude do consumo destes materiais audiovisuais, faz-se necessário estudos aprofundados dispostos a analisar tal fenômeno. Barss (2010) afirma que se não fosse o estigma e a marginalização a que a indústria pornográfica é submetida, esta seria reconhecida enquanto uma das indústrias mais bem sucedidas em adaptar, criar e difundir novas tecnologias. Ela esteve presente no começo da internet, da TV a cabo e até mesmo da impressão de livros⁵. O autor postula que:

Creators and consumers of sexual content have been the driving force behind communications developments as diverse as streaming Internet video and the concept of beta testing software. In other cases – for example, the VCR, cable television and many Internet applications – pornographers were the technological pioneers who figured out how to make money from a new medium before the mainstream saw any profit potential. The pornography industry has also played an important role in familiarizing people with new media – motivating them to figure out how to use their cable box or UHF dial, or to master the intricacies of a modem or a webcam. Those who work in the pornography industry have also been business innovators, developing customer services models, secure transaction systems, distribution networks and marketing tools that mainstream companies later emulated.” (BARSS 2010, p.1)⁶

³ A lista de websites mais acessados utilizada como referência foi a: < <http://www.alexa.com/topsites> >. Acesso em: 08/04/2018

⁴ Dados disponibilizados pelo próprio pornhub.com no site: < <https://www.pornhub.com/insights/10-years> >. Acesso em: 08/04/2018

⁵ Hunt (1999) postula que a pornografia teria começado a aparecer como gênero distinto de representação quando a cultura impressa possibilitou às massas a obtenção de escritos e ilustrações.

⁶ Tradução livre: Criadores e consumidores de conteúdo sexual têm sido a força motriz por trás dos desenvolvimentos de comunicação tão diversos quanto o streaming de vídeo na Internet e o conceito de software de teste beta. Em outros casos - por exemplo, o videocassete, a TV a cabo e muitos aplicativos de Internet - os pornógrafos foram os pioneiros tecnológicos que descobriram como ganhar dinheiro com um novo meio antes que o mainstream visse qualquer potencial de lucro. A indústria pornográfica também desempenhou um papel importante na familiarização das pessoas com as novas mídias - motivando-as a descobrir como usar sua caixa de TV a cabo ou discagem UHF, ou dominar as complexidades de um modem ou de uma webcam. Aqueles que trabalham na indústria da pornografia também foram inovadores de negócios, desenvolvendo modelos de serviços ao cliente, sistemas de transações seguras, redes de distribuição e ferramentas de marketing que as empresas tradicionais mais tarde imitaram.



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A imagem pornográfica é um bom termômetro para a imersão de novas tecnologias, sendo que muitos sites pornográficos já disponibilizam vídeos em realidade virtual. A imagem pornográfica é uma imagem poderosa consumida cada vez mais por mais pessoas e nos mais variados dispositivos tecnológicos, como smartphones, tablets, notebooks, óculos de realidade virtual, google glass, entre outros. Ela é capaz de alavancar novas tecnologias, tensionar diversos marcadores sociais de identidade e exerce uma influência na subjetividade do espectador, podendo provocar o surgimento de novas práticas sexuais como o sexo virtual, a troca de fotos íntimas e novas relações entre corpo e imagem. Dessa forma, a pornografia é um material audiovisual relevante que deve ser analisado com cuidado, pois pode elucidar problemáticas importantes sobre corpo, imagem, tecnologia, sexualidade e gênero. O pornô é um campo fértil para se pensar diversas questões, a imagem pornográfica gera efeitos políticos e sociais contundentes como, por exemplo, o embate que já dura há décadas entre diversas correntes feministas. A imagem pornográfica é uma imagem controversa, polêmica e poderosa, que mobiliza como poucas, diversos setores diferentes da sociedade e da academia.

O aparato audiovisual possui uma posição estratégica na cultura contemporânea. A imagem tem um caráter altamente sinestésico, exacerbado na imagem pornográfica, e se torna cada vez mais essencial na mediação de diferentes práticas sociais e em nossa formação subjetiva.

A cultura contemporânea, especialmente a ocidental, está cada vez mais perpassada e influenciada por diferentes aparatos midiáticos, dentre os quais o audiovisual se destaca. Hjavard (2013) postula que a crescente influência da mídia está inserida em um processo maior de midiaticização onde a mídia acaba por se configurar como uma instituição social independente que pode acabar por substituir outras instituições como a escola ou a igreja. O autor define tal processo como:

“The process whereby culture and society to an increasing degree become dependent on the media and their logic. This process is characterized by a duality, in that the media have become integrated into the operations of other social institutions and cultural spheres, while also acquiring the status of social institutions in their own right ... The term “media logic” is used to recognize that the media have particular modus operandi and characteristics ... [M]ediatization is not a universal process ... It is primarily a



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

development that has accelerated particularly in the last years of the twentieth century in modern, highly industrialized societies”. (HJAVARD 2013, p. 17–18)⁷

Dentro de um contexto de midiaticização, a mídia não se configura em somente uma tecnologia a disposição de indivíduos ou organizações que a utilizam como bem querem. A presença da mídia teria se tornado uma condição estrutural para práticas sócio-culturais.

Hjvard (2013) coloca o simulacro de Baudrillard (1992) como um dos desdobramentos mais radicais entre midiaticização e pós modernidade, pois os símbolos e signos midiáticos como a televisão ou publicidade formariam o simulacro, que não só pareceria mais real que a realidade física como acabaria por substituí-la. Para Baudrillard, a mídia formaria uma hiper-realidade, e o mundo simbólico criado pela mídia teria substituído o mundo real que a mesma buscava representar; nossas percepções e construções da realidade teriam como ponto de partida as representações midiáticas. Hjvard se afasta de Baudrillard postulando que:

“The concept of mediatization proposed in the present book does not embrace the notion that mediated reality reigns supreme, or the contention that conventional ontological distinctions have "collapsed." Mediatization, as conceived of here, rather suggests an expansion of the opportunities for interaction in virtual spaces, and a differentiation of what people perceive to be real. By the same token, distinctions such as between global and local become far more differentiated, as the media expand our contact with events and phenomena in what were once "faraway places.” (HJAVARD 2013, p. 15)⁸

Hjvard assume que haveria uma hiperestimulação a partir dos impactos e recursos sinestésicos da imagem, porém estes recursos não funcionam como simples substitutos do real, mas sim ampliando

⁷ Tradução Livre: O processo pelo qual a cultura e a sociedade se tornam cada vez mais dependentes da mídia e de sua lógica. Esse processo é caracterizado por uma dualidade, na medida em que os meios de comunicação se integram às operações de outras instituições sociais e esferas culturais, ao mesmo tempo que adquirem o status de instituições sociais por direito próprio. O termo “lógica da mídia” é usado para reconhecer que os meios de comunicação têm um modus operandi e características particulares ... A midiaticização não é um processo universal ... É principalmente um desenvolvimento que se acelerou particularmente nos últimos anos do século XX em sociedades modernas altamente industrializadas.

⁸ Tradução livre: O conceito de midiaticização proposto no presente livro não abrange a noção de que a realidade mediada reina suprema, ou a afirmação de que distinções ontológicas convencionais "entraram em colapso". A midiaticização, como aqui concebida, sugere uma expansão das oportunidades de interação nos espaços virtuais e uma diferenciação do que as pessoas percebem como real. Da mesma forma, distinções como entre global e local tornam-se muito mais diferenciadas, à medida que a mídia expande nosso contato com eventos e fenômenos em lugares outrora "distantes".



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

as interações sociais na realidade. De forma que não haveria uma distinção valorativa entre real e virtual; o virtual não funcionaria como mero substituto do real.

A sinestesia imagética, sua capacidade de gerar reações corpóreas em seu receptor é fundamental para que o espectador consiga se auto-projetar no material audiovisual. A auto-projeção é exacerbada pela imagem pornográfica pois não busca interagir com seu espectador de maneira intelectual e contemplativa, ela busca a interação física com o material. De certa forma todos os gêneros cinematográficos provocariam reações físicas em seu consumidor como o riso, o choro, o espanto, entre outras, porém nos vídeos pornográficos estas reações não se limitariam a reflexos corporais, o espectador tem um engajamento corporal ativo com os vídeos. O potencial sinestésico da imagem é exacerbado pelo registro pornográfico. A pornografia amplia o caráter sinestésico da imagem, é um gênero que explora ao limite o prazer em olhar corpos em movimento, sendo a atividade incessante do corpo uma das primeiras coisas que o registro imagético coloca em evidência.

Tendo em vista a magnitude do consumo de material pornográfico e a complexidade de seu consumo em um contexto de midiaticização, para aprofundar essa discussão trago à baila neste artigo algumas das experiências do trabalho de campo feito em 2014, cujo fruto é a monografia intitulada *Etnografia do pornhub: uma análise de representações de gênero na pornografia*.

Experiência de campo, desafios e estratégias

A pornografia é um material audiovisual sujeito a uma miríade de tabus, ao estar inserido no âmbito da sexualidade ela também está sujeita as interdições e sancionamentos desta esfera. A própria definição do pornográfico já é marcada por moralismos e assimetrias do âmbito social, chegando até a ser definida juridicamente, de uma forma extremamente subjetiva, pela frase “I know it when i see it”⁹.

⁹O caso *Jacobellis v. Ohio* ocorreu nos Estados Unidos em 1964. O gerente de um cinema foi processado por exibir um filme obsceno e se defendeu alegando liberdade de expressão, ele perdeu o caso e foi condenado. Tal caso estatuiu que leis



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

O que é definido enquanto pornográfico varia histórica e culturalmente. Até o começo do século XX obras literárias clássicas, como *Ulisses* de James Joyce, foram consideradas como pornográficas e consequentemente censuradas.

Para Leite Júnior (2012) a pornografia é uma ordenação conceitual e não uma obra cultural. O termo pornografia se consolidou como uma ideia imprecisa, difundida no senso comum e alimentada pela indústria de entretenimento. Para o autor seria um termo portador de concepção difusa que permite a incerteza classificatória.

Tendo em vista este panorama incerto e fluído com que a pornografia foi ao longo do tempo definida, Lynn Hunt (1999) faz uma historiografia da mesma. Para a autora, pornografia designa uma zona de batalha cultural e a obscenidade seria justamente a distinção entre o comportamento privado e o público. Ainda sobre a definição de pornográfico e obsceno, Kendrick (1987) postula que, em meados do século XIX, o equilíbrio entre decência e obscenidade foi abalado, fazendo com que a pornografia emergisse como preocupação governamental distinta. O tensionamento entre público e privado é essencial para a definição ou indefinição de pornografia, pois é a partir do mesmo que ela se constitui.

Hunt (1999) coloca que até o século XVIII as representações consideradas pornográficas usavam o sexo para chocar e criticar as autoridades políticas. O controle e censura da pornografia nessa época era feito em nome da religião e política e não da decência. Somente no século XVIII que ela deixa de ser uma forma secundária de crítica à Igreja e ao Estado e passa a ser um objetivo em si mesma. Luhmann (2006) postula que teria sido também no século XVIII que se reúnem as duas distinções: público e privado; público e secreto. Foi no século XVIII que surge a alteração do estilo arquitetônico do lar burguês, reservando mais importância à esfera íntima da família nuclear.

O comportamento sexual, as atividades e os prazeres a ele relacionados são objeto de uma preocupação moral. Para Foucault (1984) a sexualidade se constituiria de três eixos: a formação de saberes que a ela se referem; formas pelas quais os indivíduos podem e devem se reconhecer como

anti-obscenidade poderiam se aplicar somente a pornografia hardcore, durante a deliberação o juiz Stewart definiu o obsceno como: "I know it when i see it". Disponível em: < <https://www.law.cornell.edu/supremecourt/text/378/184> >. Acesso em 08/04/2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

sujeitos dessa sexualidade e; os sistemas de poder que regulam essas práticas. O ato sexual é historicamente considerado como perigoso e de difícil dominação, logo sua inserção num regime atento de interdições e vigilância foi exigida há muito tempo. A esfera da sexualidade, em que a pornografia se insere, está sujeita a constante vigilância e tabus, é uma esfera de difícil acesso, situada em um ambiente privado da vida dos indivíduos.

Em 2014 elegi a pornografia como tema de minha monografia na Universidade de Brasília para obtenção do bacharelado em Antropologia social¹⁰. A proposta inicial da pesquisa foi de realizar entrevistas com consumidores de vídeos pornográficos *mainstream*. Tal tarefa se demonstrou quase impossível. Por se tratar de uma esfera privada e sujeita a muitos tabus, as entrevistas se demonstraram constrangedoras. O objetivo de realizar entrevistas foi logo abandonado e novas estratégias foram adotadas.

Haguette (1987) sobre o uso de entrevistas em metodologias qualitativas postula:

“Os aspectos que podem interferir na qualidade dos dados por parte do informante podem ser selecionados com: a) motivos ulteriores, ou seja, quando ele pensa que suas respostas podem influenciar positivamente sua situação futura (dentro de uma fábrica ou de uma organização, por exemplo); b) quebra de espontaneidade, como a presença de outras pessoas por ocasião da entrevista ou inibições ocasionadas por certas características do entrevistador, como sexo, raça, educação ou classe social (fatores reativos); c) desejo de agradar o pesquisador, especialmente quando ele percebe suas orientações ou posicionamentos; d) fatores idiossincráticos tais como fatos ocorridos no intervalo entre as entrevistas” (HAGUETTE, 1987, p. 89)

Dentre os fatores sublinhados por Haguette que interferem na qualidade dos dados obtidos, a pesquisa sobre pornografia tensiona quase todos. Ao realizar uma entrevista formal face a face, cujo tema é uma esfera tão privada da vida do indivíduo, existem motivos ulteriores, quebra de espontaneidade, desejo de agradar o pesquisador e fatores idiossincráticos. A pesquisadora ou o pesquisador também tem uma subjetividade e a presença dos mesmos altera os resultados. Sou mulher e ao entrevistar o consumidor de vídeos pornográficos, que em sua grande maioria são homens¹¹, havia

¹⁰ O trabalho em questão se intitula *ETNOGRAFIA DO PORNHUB: uma análise de representações de gênero na pornografia*.

¹¹ O trabalho em questão tinha como tema a pornografia *mainstream* heterossexual, dentro deste estilo a grande maioria do material é feito por homens para homens. Existem correntes de pornografia feminista e pós-pornografia que tentam mudar



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

um constrangimento, a presença feminina neste espaço é quase inexistente e se restringe a presença nas telas. A imagem da atriz pornográfica é central, mas a presença feminina neste mercado é quase nula, a mulher neste cenário é o objeto de desejo e não a agente. Desta forma ao escolher um nome de usuário para interagir com os outros usuários e navegar pelo *pornhub.com* escolhi *anthropologist1*, pois evocava as minhas intenções como pesquisadora, mas não deixava claro meu gênero. A interação com outros usuários do site era difícil, a maioria dos consumidores sequer tem um nome de usuário e faz login para usar o site. Pelo contrário, quanto menos rastros e registros o acesso ao material pornográfico deixar, melhor. A navegação é geralmente feita pela aba anônima e o histórico apagado. Logo qual seria a melhor estratégia para se estudar um tema tão sujeito a silenciamentos e de uma esfera tão privada?

O caminho escolhido foi a etnografia virtual dentro do modelo proposto por Hine (2000). Por ser justamente no ambiente virtual que o tipo de interação com o material pornográfico estudado ocorre.

“Virtual ethnography is not only virtual in the sense of being disembodied. Virtuality also carries a connotation of not quite adequate for practical purposes even if not strictly the real thing (although this definition of virtuality is often suppressed in favour of its trendier alternative). Virtual ethnography is adequate for the practical purpose of exploring the relations of mediated interaction, even if not quite the real thing in methodologically purist terms. It is an adaptive ethnography which sets out to suit itself to the conditions in which it finds itself” (HINE, 2000, p. 65)¹²

Atualmente a maior parte dos consumidores têm acesso aos vídeos pornográficos pela internet, a interação com o material se dá virtualmente, logo a forma mais adequada de compreender esta interação talvez seja também virtualmente. A interação face a face não garante que a mesma seja isenta de manipulações. Goffman (1989) no livro *A representação do eu na vida cotidiana* faz uma analogia com o teatro e postula que o indivíduo estaria o tempo todo realizando uma performance. Haveria uma

este cenário, o pluralizando. Dentro destas correntes mulheres dirigem e produzem filmes para mulheres, logo os tensionamentos e assimetrias se dão de outra forma, que este artigo não abarca.

¹² Tradução livre: Etnografia virtual não é virtual apenas no sentido de não possuir um corpo. Virtualidade também carrega uma conotação de “não exatamente”, adequado para propósitos práticos, mesmo se não for estritamente a coisa real (embora essa definição da virtualidade é frequentemente suprimida em favor da sua alternativa mais atual). Etnografia virtual é adequada para a finalidade prática de explorar as relações da interação mediada, mesmo se não é a coisa real em termos metodologicamente puristas. É uma etnografia de adaptação que se propõe a atender-se às condições em que se encontra.



interpretação constante do personagem que gostaríamos de transmitir, nos tornamos dessa forma atores. A vida social é uma espécie de palco, onde encenaríamos o tempo todo papéis sociais, distintos, não falamos da mesma forma na sala de aula que falamos em um bar com amigos. Há uma adaptação, dependendo do contexto em que estamos inseridos. Portanto haveria uma manipulação tanto presencialmente quanto virtualmente, a melhor forma de lidar com estas manipulações é admitindo que elas existem, independente do meio em que obtemos os dados. Não é porquê estamos na mesma sala que o entrevistado que estamos menos sujeitos a manipulações, as vezes é até o oposto. Estar presencialmente conversando com homens sobre pornografia se configurou como um “beco sem saída”, os entrevistados não levavam à sério as perguntas e tentavam responder do modo mais politicamente correto, com medo de serem julgados. Resultado previsível uma vez que o sexo é um dos principais sujeitos históricos de dispositivos, poderes disciplinares e interdições (Foucault 1977). A melhor forma que encontrei para interagir com este universo foi a partir do usuário *anthropologist1* que deixava ambíguo meu gênero.

Hine (2000) postula que não poderíamos recriar as condições de acesso de cada usuário e no caso de um estudo sobre pornografia, é pouco provável que algum usuário se permita ser observado enquanto faz uso dos vídeos pornográficos. Não poderíamos recriar as condições de acesso, porém podemos tentar experienciar o site como usuários, visualizando o que o grupo pesquisado visualizou e acessando os rastros deixados por eles ao longo do tempo, como os comentários nos vídeos e as discussões nos fóruns.

“The Internet is available from the researcher’s desktop, and can be accessed whenever there is time. Newsgroups are often archived, so that the discussions can be retrieved long after they first arose. The potential to go back in time to review events poses some intriguing possibilities for the ethnographer (...) The whole of the discussion is laid out, as it happened, and reviewing events in the field is no longer mediated by the technologies of data recording. It appears that ethnography can be time-shifted so that the ethnographer’s engagement can occur after the events with which they engage happened for participants. Ethnographer and participants no longer need to share the same time frame” (HINE, 2000, p.22-23)¹³

¹³ Tradução livre: A Internet está disponível a partir do computador do pesquisador, e pode ser acessada sempre que há tempo. Grupos de notícias muitas vezes são arquivados, de modo que as discussões podem ser recuperadas por muito tempo depois que surgiram pela primeira vez. O potencial de voltar no tempo para analisar os eventos levanta algumas possibilidades intrigantes para o etnógrafo (...) Toda a discussão está apresentada como aconteceu, e a revisão dos eventos de campo não é mediada pelas tecnologias de gravação de dados. Parece que o engajamento do etnógrafo pode ocorrer após



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

É a partir do nosso lugar de fala que observamos o mundo, nossa subjetividade é também parte constitutiva do que observamos. Haraway (2009) postula que as formas de conhecimento e científicas são construções sociais, são movimentos de poder e não movimentos em direção à verdade. Desta forma ela propõe uma doutrina de objetividade corporificada que localize os saberes em um corpo, levando em consideração também a subjetividade do pesquisador ou pesquisadora. Os saberes localizados requerem que o objeto seja visto como agente e não como uma tela em branco, apenas a perspectiva parcial poderia prometer uma visão objetiva.

Ser mulher gerou dificuldades para minha pesquisa de campo, mas também proporcionou vantagens, por ser uma *outsider* neste clube do bolinha pornô o estranhamento foi fácil, nada neste universo era pra mim familiar, desta forma a máxima antropológica de estranhar o familiar e familiarizar o estranho, se sucedeu de forma natural.

Considerações Finais

A pornografia é um terreno fértil para se pensar como a fronteira entre público e privado é tensionada em um contexto de mediação. O material pornográfico é utilizado em um contexto privado e está sujeito a silenciamentos e interdições, porém é também espetacularizado e consumido em larga escala. Há um deslocamento entre as fronteiras de um âmbito privado e íntimo para um extremamente público de espetacularização desta mesma intimidade.

As dificuldades encontradas em meu trabalho de campo exemplificam este tensionamento, ao realizar a pesquisa me deparei com uma enorme confluência de imagens que colocavam em evidência, um dos momentos mais íntimos, mas também me deparei com o silêncio. O diálogo direto com o espectador do material pornográfico não foi possível, desta forma acabei me tornando junto com o

os acontecimentos ocorrerem para os participantes. Etnógrafo e participantes já não precisam dividir o mesmo período de tempo e espaço.



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

espectador uma *voyeur*, observando as discussões nos fóruns, os perfis e os comentários deixados nos vídeos.

A midiatização deste consumo privado opera de forma ambígua, onde temos um fenômeno cultural consumido mundialmente de forma exponencial, que é marginalizado e silenciado. A midiatização do pornográfico traz consigo tensionamentos de práticas da sexualidade contemporânea e sua relação com tecnologias da informação e comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARSS, Patchen. **The Erotic Engine: How pornography has powered mass communication from Gutenberg to Google**. Canada: Doubleday Canada, 2010.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio D'Água, 1992.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: A Vontade de Saber**. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1977.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade, 2: O Uso dos Prazeres**. 5.ed. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1984.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1989.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2013

HARAWAY, Donna. **Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial**. **Cadernos Pagu**, Campinas, SP, n. 5, p. 7-41, jan. 2009. ISSN 1809-4449. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1773/1828>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. Sage Publications, 2000.

HJAVARD, Stig. **The mediatization of culture and society**. Routledge: New York, 2013



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

HUNT, Lynn. **A invenção da pornografia: Obscenidade e as origens da modernidade, 1500-1800.** São Paulo: Hedra, 1999.

LEITE JÚNIOR, Jorge. **Labirintos conceituais científicos, nativos e mercadológicos: pornografia com pessoas que transitam entre os gêneros.** In: Dossiê: Pornô, Cadernos Pagano.38 Campinas Jan./June 2012

LUHMANN, Niklas. **A improbabilidade da comunicação.** Lisboa: Edições Veja, 2006

KENDRICK, Walter. **The secret museum: Pornography in modern culture.** Penguin: Nova Iorque, 1987