

DIÁLOGO LATINOAMERICANO SOBRE SEXUALIDAD Y GEOPOLÍTICA
OBSERVATORIO DE SEXUALIDAD Y POLÍTICA
RIO DE JANEIRO, BRASIL - AGOSTO/2009.

O Mercado Virtual do Sexo

por

Bruno Zilli (CLAM/UERJ)

SESIÓN 3: SEXUALIDAD Y ECONOMÍA: VISIBILIDADES Y VACÍOS

9:30 – 11:00 Texto panorámico

- **La economía de la prostitución**, por Thaddeus Blanchette (Brasil) y Ana Paula da Silva (Brasil)

Comentarios: Corina Rodríguez (Argentina)

Coordinación: Gabriela Leite (Brasil)

11:30 – 13:30 Panel

- **Migración y sexualidad: de México a Canadá** – Ofelia Becerril (México)
- **Migración y sexualidad: de Brasil a Europa** – Adriana Piscitelli (Brasil)
- **Pornografía y mercado** – Maria Elvira Benítez (Colombia)
- **El mercado virtual del sexo** – Bruno Zilli (Brasil)

Comentarios: Lohana Berkins (Argentina) y Epsy Campbell (Costa Rica)

Coordinación: Lucila Esquivel (Paraguay)

Apresentação

As reflexões aqui apresentadas sobre a fruição sexual no mundo online foram elaboradas no contexto da pesquisa sobre Regulação da Internet e a Sexualidade¹, uma iniciativa conjunta entre CLAM - Centro Latino-Americano em Sexualidade e Direitos Humanos (<http://www.clam.org.br/>) e SPW - Observatório de Sexualidade e Política (<http://www.sxpolitics.org/>). Esta pesquisa faz parte do projeto *EroTICS – Exploratory Research on Information and Communication Technologies and Sexuality*, da APC Women (<http://www.apcwomen.org>).

Introdução

A Internet vem se tornando um espaço importante para a expressão, construção e subversão de discursos tanto emergentes quanto hegemônicos. Em particular, é um meio crucial para a articulação e negociação de questões que são proibidas, restritas ou de alguma forma reguladas na vida pública offline. No esforço de nossa pesquisa procuramos considerar o contexto da fruição da sexualidade que vem com o impacto da Internet na vida cotidiana para explorar as práticas online e sua relação com o uso e regulação de conteúdos. Assim, identificamos como focos de conformação de espaços virtuais ao redor de: 1) identidades sexuais, 2) mercados sexuais, tanto formais quanto informais, e 3) conhecimento sexual, incluindo direitos sexuais e saúde sexual. Ao estudar o acesso e uso de comunidades às margens dos direitos sexuais, assim como iniciativas de controle ao acesso e conteúdo, contribuimos para a compreensão de como a sexualidade e os direitos sexuais são mediados pela Internet. Assim como em outras

¹ Agradeço aqui a contribuição de toda a equipe de pesquisa, e especialmente a Horácio Sívori.

partes do globo, a Internet no Brasil provê um meio para a expressão de idéias e convicções, facilitando a formação de grupos e identidades. O poder inerente da Internet de colocar em contato pessoas com interesses convergentes tem um impacto significativo para grupos às margens da sociedade, particularmente aquelas definidas pela sua expressão sexual e práticas, como grupos LGBT, por exemplo.

De acordo com informação publicada pelo IBOPE, em Março de 2009 o número total de brasileiros com acesso à Internet em casa chegou a 38.2 milhões, cerca de um quinto da população total. Destes, 87% usam banda larga, um aumento de 24% sobre o ano passado, enquanto que 62.3 milhões em algum momento acessaram a Internet, seja na escola, no trabalho, em casa ou alugando tempo de acesso em uma *lan house*. O mesmo relatório indica que o maior crescimento do uso da Internet se deu entre mulheres, crianças e adolescentes². Algumas das peculiaridades brasileiras quanto ao acesso à Internet incluem a ampla disseminação de redes de relacionamento, das quais o Orkut é a mais popular, com mais de 23 milhões de membros em 2008, 53.86% do total mundial de acordo com dados disponibilizados pelo Google, a companhia que possui o Orkut. Além disso, há alguns dados observáveis que indicam que mesmo os jovens que não possuem um computador ou acesso à Internet em casa passam um tempo significativo online. Da mesma maneira, há uma migração de espaços virtuais, em que o Orkut está sendo trocado pelo Facebook, principalmente entre os usuários de Internet classe média, enquanto que o Orkut permanece a rede social de classes populares. Os números sobre Internet do IBOPE também mostram que, em Março de 2007, 75% dos

² Folha Online 24/03/2009 **Brasil tem 62,3 milhões de internautas, diz Ibope**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u539808.shtml> (Acessado em 03/2009).

usuários de Internet utilizavam o MSN como seu serviço de mensagem instantânea, dos quais 48% tinham entre 6 e 24 anos de idade³.

Para abordar a sociabilidade na Internet, as formulações de Lévy são de grande contribuição, pois ele considera o virtual uma nova modalidade de ser, cujo meio é, por definição, o ciberespaço – um conceito que vai além da noção de um espaço puramente físico⁴. O ciberespaço é percebido por seus usuários como um lugar real, com uma geografia própria expressa pelos termos usados para descrever a forma como as pessoas se movem e definem sua localização nele. Além disso, o virtual e seus processos não são percebidos como algo diferente do “real”. Se a noção de espaço é desmantelada pelo virtual, a percepção do tempo e a noção de presença também são reformuladas. Assim, o meio virtual não é imaginário, no sentido de que pessoas, coletivos, atos e informações virtualizadas se tornam desterritorializadas, fisicamente não-presentes, mas mantêm-se produzindo efeitos significativos.

As tecnologias da Internet sustentam sua hegemonia sobre a reprodução bem-sucedida de modelos análogos a situações a que as pessoas estão habituadas, como pode ser visto no esforço constante por uma interatividade mais “user-friendly” – o desejo de reproduzir formas de interação equivalentes à dinâmica do mundo offline. A Internet tem um grande potencial para desenvolver novas formas de interação social, performances e representações de identidade, pois abre um novo reino de metáforas, formas de ser e relações sociais. Tais realidades ou novas formas sociais não são meramente *virtuais*, no sentido de pertencerem exclusivamente à representação online, pois se desenvolvem como formações sociais concretas no sentido mais estrito do termo.

³ La Flecha 22/08/2007 **Brasil cuenta con más de 30 millones de usuarios de MSN Messenger.** Disponível em: <http://www.laflecha.net/canales/blackhats/brasil-cuenta-con-mas-de-30-millones-de-usuarios-de-msn-messenger>

⁴ Cf. LEVY, P. *Qu'est-ce que le virtuel?* La Découverte, Paris, 1995.

Estudos sobre a Internet devem reconhecer os significados do fenômeno que analisam no contexto de seu impacto cultural. Uma abordagem antropológica ajuda a elaborar a compreensão das relações sociais que ocorrem através da Internet, ao analisar as trocas simbólicas mediadas por esta tecnologia. Assim, o ciberespaço não deve ser tratado como uma esfera separada de atividade social; e deve ser evitada uma abordagem dialética do real e o do virtual como experiências distintas, separadas. Nas palavras de Wilson & Peterson: “a distinção entre a comunidade real e a virtual ou imaginada não é útil”. Sua visão é que uma “abordagem antropológica é bem sucedida para investigar o continuum de comunidades, identidades e redes que existem – da mais coesa à mais difusa – a despeito dos meios pelos quais os membros destas comunidades interagem.”⁵

Notas sobre as comunidades na Internet, gênero e expressão sexual

A sociabilidade na Internet, como uma nova modalidade do ser, tornou-se um meio para a auto-expressão, bem como para o sucesso e expansão de redes sociais e comunidades. No Brasil, junto com o desenvolvimento da Internet, seu uso como um espaço para as pessoas se unirem para se expressarem e trocar idéias expandiu, e expressões e trocas sexuais se tornaram de fato um dos grandes componentes da comunicação pela Internet. Comunidades sociais como o Orkut, Facebook, MySpace, Twitter, junto com a troca de mensagens instantâneas e blogs e fotologs, são uma forma popular de socialização. Estas redes raramente são reconhecidas como agentes políticos, ainda que ofereçam uma oportunidade para grupos dividirem novidades e anúncios,

⁵ WILSON, S. M.; PETERSON, L. C. The Anthropology of online communities. Annual Review of Anthropology, v. 31. p. 449–467, 2002: 456-7. Available at: <<http://arjournals.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436>>. Accessed 03/2009.

aprenderem sobre tendências, iniciativas, eventos e entretenimento, conectando-os inclusive a atores políticos mais organizados. Organizações e grupos ativistas (por exemplo, feminista e LGBT) assim como o setor de negócios também estão presentes na Internet através de seus websites, listas de email, fóruns, e outros espaços não restritos ao público “não-organizado”, incluindo as comunidades sociais mencionadas acima.

Tais espaços também sediam trocas sexuais, incluindo vários tipos de parcerias (sexo casual, namoro, casamento) e sexo pago, sejam negociadas preliminarmente ou de fato performadas online. A conformação destas atividades como um mercado sexual (amplamente definido), combinado com a vasta acessibilidade online a conteúdos definidos como “pornográficos” (a despeito de nuances nesta classificação), justifica a percepção da Internet como um espaço perigoso, onde os sujeitos tutelares clássicos, particularmente crianças, se tornam vítimas presumidas de violência e abuso. Adicionalmente, o anonimato associado às comunicações virtuais é considerado como algo que ao mesmo tempo protege e aumenta o acesso de agressores, e torna as vítimas em potencial mais vulneráveis.

Num mapeamento inicial dos espaços sociais onde a auto-expressão e a comunicação ocorrem, nossa pesquisa classificou algumas redes dinâmicas e, assim, é possível focar em três eixos de classificação dos espaços virtuais. A forma mais eficiente de estudar estes espaços é adotar a abordagem de rede, em que um grupo de websites relacionados é analisado e um ou mais que sejam exemplares podem ser escolhidos como estudos de caso. No primeiro eixo podemos classificar as identidades sexuais; incluindo sites, blogs e seções LGBT de redes de relacionamento como o Orkut. Pode-se observar que alguns websites no Brasil se tornaram um meio privilegiado para a comunicação do público LGBT, particularmente entre os jovens.

Assim, é preciso entender a forma como essa população se apropria destes espaços. Ainda sobre identidades sexuais, a Internet possibilita que outros segmentos (politicamente organizados ou não) de pessoas associadas a certas práticas sexuais se encontrem no meio virtual, criando espaços de sociabilidade e até de organização. Um exemplo disto é a comunidade de praticantes de sadomasoquismo, conhecido por seus adeptos como BDSM, que estão em constante contato através da Internet.

No segundo eixo de classificação ficam os mercados sexuais propriamente ditos, em que podemos distinguir entre o comercial e o não-comercial, mas entendendo que esta fronteira é fluida, principalmente se pensarmos em termos dos usuários. No mercado não-comercial, serviços online de encontros, assim como redes sociais de relacionamento, se tornaram modos disseminados de acessar o mercado afetivo-sexual. No mercado comercial, podemos classificar os sites de anúncios para prostituição tanto masculina quanto feminina, em diversos formatos. É importante considerar tanto o uso que fazem aqueles que anunciam quanto os dos clientes. Além disso, o mercado do sexo comercial não está restrito aos espaços que se declaram claramente a este propósito, mas presente nas redes de relacionamento e de encontros. Assim como nem sempre é possível demarcar claramente se um encontro sexual é mediado por interesses econômicos, os espaços online em que eles ocorrem também não são necessariamente óbvios.

O último eixo é o do conhecimento sexual, incluindo direitos sexuais e saúde sexual. É preciso olhar para a troca de informação sobre conhecimento sexual não apenas do ponto de vista da passagem pedagógica de conhecimento, seja qual o ator político que a desenvolve e sob que interesses. A pornografia, conteúdo amplamente disseminado na Internet, deve ser entendida também como uma fonte de conhecimento sexual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANHA FILHO, J. M. Tribos eletrônicas: usos & costumes. In: SEMINÁRIO PREPARATÓRIO SOBRE ASPECTOS SÓCIO-CULTURAIS DA INTERNET NO BRASIL, 1995, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: RNP, MCT, 1995.

CORALIS, P. **Nunca te vi, sempre te amei**: uma análise antropológica da idolatria a Madonna em um fã-clubes virtual. 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais)- Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

JUNGBLUT, A. L. A Heterogenia do mundo on-line: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 21, p. 97-121, 2004.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo. Editora 34, 1996.

LIRA, L. C. Seja livre, seja magra: um estudo das representações e práticas corporais das “pró-anas”(jovens mulheres que fazem apologia à anorexia). In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 29., 2005, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ANPOCS, 2005.

VIANNA, H. As Tribos da internet. In: SEMINÁRIO PREPARATÓRIO SOBRE ASPECTOS SÓCIO-CULTURAIS DA INTERNET NO BRASIL, 1995, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: RNP, MCT, 1995.

WILSON, S. M.; PETERSON, L. C. The Anthropology of online communities. **Annual Review of Anthropology**. Califórnia, v. 31. p. 449–467, 2002. Disponível em: <<http://arjournals.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436>>. Acesso em: mar. 2007.

PISCITELLI, A. Viagens e sexo on-line: a Internet na geografia do turismo sexual. **Cadernos Pagu**. São Paulo, v. 25, julho-dezembro de 2005, pp.281-326.