

Os discursos sobre "olhar feminino" e o reposicionamento do canal Sexy Hot: notas sobre mercado, redes sociais e pornografia¹

Analice Paron de Silva - Mestre em Antropologia Social (Unicamp/SP) - Doutoranda em Sociologia (UFSCar/SP)

Em meados de 2020, o canal Sexy Hot, marca de entretenimento adulto, anunciou um reposicionamento de mercado. O canal passou a mobilizar categorias tais como "diversidade", "inclusão", "olhar feminino", sendo essa última amplamente usada nos mais diferentes tipos de discurso. Seja em entrevistas para a imprensa, novas editorias de conteúdo nas redes sociais, seja na classificação do material audiovisual produzido com o selo Sexy Hot Produções, o "olhar feminino" passou a fazer parte do vocabulário do canal. Esse trabalho quer discutir os usos dessa categoria a partir da observação dos diferentes discursos feitos pelo canal. Como o canal entende e elabora a categoria "olhar feminino" e como ela se relaciona com um conjunto de elementos evocados pela ideia de bem-estar, vida saudável e positividade sexual (GREGORI, 2016)? Esse texto é um recorte da dissertação de mestrado intitulada "Abrindo a caixa de Pandora: olhares femininos nas produções audiovisuais do canal Sexy Hot", defendida em março de 2024, e vai se concentrar nas discussões sobre mercado e sobre os usos das redes sociais, mais precisamente Instagram, Twitter e LinkedIn. Esses espaços foram fundamentais para o processo de reposicionamento de marca e essa comunicação oral vai indicar qual a relação das redes com os conteúdos audiovisuais produzidos com o selo Sexy Hot Produções.

1) O discurso

Como nos aponta o filósofo francês Michel Foucault (1970), através da análise do discurso é possível observar o modo pelo qual determinados agentes da sociedade organizam seus saberes e, com isso, colaboram para formatar realidades e sujeitos. Em 1984, o francês pontuou que o discurso ocupa funções múltiplas: ao mesmo tempo que pode ser "instrumento e efeito de poder", também pode atuar como um obstáculo, foco de resistência e impulsionador de mudança (1984, p. 110). O discurso é a base para organizar relações de poder, é um meio pelo qual essas relações se estabelecem, é um campo que torna tais relações mais visíveis ou mais ocultas e é a chave para entender aspectos muito relevantes dessa pesquisa.

Entendo que foi a partir da mobilização de diferentes aspectos discursivos que o canal Sexy Hot promoveu, sistematizou e veiculou sua gestão de marca. Palavras como "inclusão", "diversidade" e a expressão "olhar feminino" – um dos focos desta pesquisa -

¹ Trabalho apresentado na 34ª Reunião Brasileira de Antropologia (Ano: 2024);

tornaram-se cada vez mais frequentes nas falas de representantes do canal, nas plataformas usadas pela empresa e, posteriormente, passaram a ser temáticas dos conteúdos por ela exibidos, principalmente aqueles com o selo Sexy Hot Produções.

Também parto do comentário do professor e linguista francês Dominique Maingueneau que em seu livro "O Discurso Pornográfico" (2010), aborda a pornografia como um tipo de discurso. Na primeira parte do seu livro, Maingueneau vai falar sobre como a literatura pornográfica é entendida como um "gênero" da literatura, ao levarmos em conta que a noção de gênero é "qualquer grupamento de textos fundado em determinado critério" (2010, p. 18). Contudo, o professor propõe ir além dessa definição e compreender a literatura pornográfica como um "tipo de discurso (assim como o discurso político, o discurso religioso, o discurso administrativo etc.) que recobre, em determinada época e para uma sociedade dada, diversos gêneros". (2010, p. 18). Em outro momento do seu texto, o francês vai trazer as ideias do filósofo Dominique Folscheid para estender o argumento sobre tipo de discurso: Folscheid aponta que ao deixar as imagens fixas e passar a trabalhar com imagens em movimento, a pornografia ganhou uma dimensão articulatória para suas ideias². Portanto, gostaria de me filiar também a essa ideia: entendo que a pornografia constitui um tipo de discurso e um discurso articulado quando consideramos as imagens em movimento.

O meu objetivo nas próximas páginas é mostrar que o discurso é um fio condutor que organiza o processo pelo qual o Sexy Hot passou. Desde 2019, é possível perceber que existe uma presença cada vez maior de Joana F³ na mídia, que, nessa época, era diretora de marketing do Sexy Hot: a profissional atuou como uma espécie de porta-voz da marca, falando sempre sobre a presença da mulher na indústria de entretenimento adulto, "prazer feminino" e "olhar feminino" na pornografia⁴. Em 2020, quando Joana passa a ser a então diretora do canal, o Sexy Hot promove pesquisas para empreender uma reformulação estética e aprofundar as reformulações discursivas. Nesse período, as plataformas de redes sociais são usadas como uma espécie de vitrine dessas mudanças e como um espaço para aproximar espectadores e potenciais consumidores desse novo momento da marca. Com isso, os

² Folscheid in Maingueneau, 2010, p. 96. D. Folscheid, *Sexe Mecanique*. Paris: La Table Ronde, 2002, p. 203

³ Joana F é o nome atribuído a então diretora da Playboy do Brasil e do canal Sexy Hot na época dessa pesquisa. A profissional foi responsável pela empresa e pelo canal de entretenimento adulto entre 2020 e 2023. Joana e todos os demais nomes das interlocutoras da empresa são fictícios.

⁴ Em 2019 conheci Joana F em um evento promovido pela Globo em parceria com diversos agentes da indústria do entretenimento. Na ocasião, Joana era responsável pelo marketing da Playboy do Brasil e falou sobre a participação de mulheres atrás das câmeras na indústria de entretenimento adulto. Além desse evento, há o registro de uma roda de conversa com a profissional após a exibição do documentário "Prazer feminino" (2018) da diretora Barbara Miller em um evento promovido por um cinema de rua do Rio de Janeiro. <https://www.grupoestacao.com.br/site/index.php?option=com_k2&view=item&id=1426:philos-no-estacao-prazer-feminino&lang=pt> Acesso em 09/12/23

conteúdos com o selo Sexy Hot Produções são vendidos como os vídeos, séries e filmes capazes de mostrar "na prática"/ "literalmente" o que significa a mudança pela qual o canal passou.

1.1 As plataformas de redes sociais e a pornografia

A observação das plataformas⁵ de redes sociais⁶ do canal são uma parte muito importante da composição dessa pesquisa, uma vez que são elas que mostram as mudanças do Sexy Hot para os usuários, do ponto de vista discursivo e também do ponto de vista de conteúdo. Essa observação também me levou a explorar um campo teórico muito relevante e em constante expansão que é o campo da Antropologia Digital. A partir dos próximos parágrafos, vou tratar dos perfis do Sexy Hot em diferentes redes sociais e elaborar um pouco mais sobre a importância desses espaços para o canal. Parto da compreensão de autores como Daniel Miller e Don Slater (2004), e, proponho um paralelo com a etnografia sobre Cibercafés em Trinidad.

No contexto desta pesquisa, nem a internet e as plataformas de redes sociais são dadas como uma tecnologia ou objeto de estudo, nem o discurso produzido pelo Sexy Hot é separado como um contexto social e cultural. Como os autores indicam no contexto da etnografia sobre os Cibercafés em Trinidad, a questão é outra. No caso da presente pesquisa, internet e as redes sociais são compreendidas como um processo cultural dos discursos do canal, assim como os discursos do Sexy Hot nesses espaços também são compreendidos como um produto do uso da internet e suas redes⁷. Essa conclusão dialoga com a compreensão de que a separação entre *online* e *offline* é ilusória e, muitas vezes, porosa (HINE, 2015, MILLER, SLATER, 2004). Principalmente quando observamos os usos cotidianos da internet, como as redes sociais, por exemplo.

⁵ Os debates acerca da categoria plataforma são essenciais para complexificar a compreensão da noção de redes sociais. Mais do que um meio de estabelecer conexões sociais, as redes unificam diferentes serviços e possibilitam múltiplos usos. Por esse motivo, a descrição mais assertiva é plataforma de redes sociais. Ao longo desse texto, por uma questão de fluidez na escrita e melhor uso de sinônimos, ora irei tratar das plataformas de redes sociais como redes sociais, ora como plataformas. Contudo, reitero que esse trabalho não está desconectado das discussões atuais e compreende que a categoria redes sociais limita a compreensão desses espaços. Para mais discussões sobre plataforma ver José Van Dijk (2018), Thomas Poell (2018), Martijn de Wall (2018) e Taina Bucher (2018).

⁶ Existe um campo muito interessante de debate e de pesquisa que envolve a noção de mediação no campo do entretenimento adulto. Conferir artigo de Lorena Caminhas "A mediação dos mercados do sexo e a configuração da experiência erótica mediada" (2018).

⁷ Paráfrase do trecho sobre a relação descrita pelos pesquisadores da internet e dos Cibercafés em Trinidad. MILLER, SLATER, p. 47, 2004.

Ao falar especificamente sobre essas redes ou mídias sociais, que aqui serão tratadas como sinônimos, estou me referindo aos sites que os usuários, mediante um cadastro prévio, podem interagir e trocar mensagens entre si. Como aponta Kietzmann et al (2011):

As mídias sociais empregam tecnologias móveis e baseadas na web para criar plataformas altamente interativas através das quais indivíduos e comunidades podem compartilhar, co-criar, discutir e modificar conteúdo gerado pelo usuário. (Kietzmann et al. , 2011, p. 241. tradução livre)⁸

Encontrei esse trecho que explica mais sobre a ideia de mídia social no trabalho de Carolina Parreiras (2015) sobre o *alt porn*. A pesquisadora é fundamental para pensar o campo de estudos sobre pornografia e sexualidade no Brasil e também para compreender a relação desse campo com tecnologia e internet. Voltaremos ao trabalho de Parreiras para explorar melhor o uso de uma plataforma de rede social em específico quando o assunto é pornografia.

a) LinkedIn

No período em que essa pesquisa foi realizada, o Sexy Hot estava com um perfil ativo em três redes sociais: Twitter⁹, LinkedIn e Instagram. No Twitter e no Instagram, o perfil do canal de entretenimento se apresenta como @soparamaiores. Já no LinkedIn, o nome se mantinha o mesmo, portanto seu perfil era apresentado como Sexy Hot. As duas primeiras redes são usadas para estabelecer uma comunicação direta com o público consumidor, divulgar as estreias e trabalhar temas que sejam relevantes para o canal. Por outro lado, a ideia de ter uma página no LinkedIn surgiu para que fosse possível divulgar textos com posicionamentos institucionais sobre o trabalho desenvolvido pelo Sexy Hot, principalmente com o novo posicionamento da marca, com conteúdos sobre diversidade e inclusão. Gabriela, responsável pela comunicação, explicou um pouco mais sobre a criação desse perfil:

O LinkedIn foi uma questão interna, porque a gente estava conversando assim 'as pessoas colocam que trabalham aonde?' Tem gente que bota que trabalha na Globo, tem gente que bota que trabalha na Playboy. Onde a gente divulga as vagas do Sexy Hot que abrem para cá? Ah, então só na página da Globo. Pô, a gente não tem nenhuma página institucional falando o que a marca tem feito? E daí a gente resolveu criar o LinkedIn e a gente

⁸Do original: "Social media employ mobile and web-based technologies to create highly interactive platforms via which individuals and communities share, cocreate, discuss, and modify user-generated content"

⁹ O Twitter, rede social caracterizada por ser um micro blog, está passando por uma série de mudanças, entre elas seu nome, que, a partir de julho de 2023, passou a ser "X". Para esse texto irei me referir a essa rede social usando sua antiga nomenclatura, uma vez que nos meses em que observei esse canal de comunicação mais detidamente, ele ainda se chamava Twitter.

contratou uma empresa para administrar esse espaço. Juntos, a gente pensa em temas, a gente aprova textos, faz um cronograma de postagens e posta lá. Então nossa presença lá é para a gente mostrar para as marcas que nosso trabalho é sério, o que a gente está fazendo também, mostrar um pouco desses bastidores do que a gente está pensando que vai muito além do que as pessoas acham, sabe? Então tem um intuito muito comercial também, da gente se mostrar, da gente mostrar a que a marca veio, da gente se aproximar de marcas, da gente ganhar um outro tipo de visibilidade, que a gente não tinha antes. Isso veio muito com o novo posicionamento também. (Gabriela, agosto de 2022).

Gabriela sublinha que a criação de um espaço institucional dentro de uma rede social como o LinkedIn, voltada para profissionais, é uma oportunidade para ter mais um lugar para mostrar o novo posicionamento do Sexy Hot. A fala da profissional dialoga com a ideia que quero reforçar aqui: para além de pensar o conteúdo do discurso, o Sexy Hot também organizou a sua mudança pensando nos espaços nos quais esse discurso seria proferido. Contudo, essa estratégia sofreu com as diretrizes das plataformas.

O projeto do LinkedIn durou apenas um ano. No começo de 2023, a página do Sexy Hot, de acordo com sua direção, foi derrubada pelo próprio LinkedIn. Em seu lugar, foi criada uma página institucional da Playboy do Brasil. A ideia desta pesquisa era tratar de alguns dos conteúdos divulgados no LinkedIn do Sexy Hot. Infelizmente esse material se perdeu a partir do momento que a página deixou de existir. O que tenho guardado e, agora, exposto nesta dissertação no Anexo I, são cinco capturas de tela feitas de textos que considerei interessantes. Na época não imaginei que a página pudesse ser retirada do ar e, por esse motivo, não arqueei mais conteúdos. Contudo, quando busquei as diretrizes da rede social para regulamentar suas publicações, encontrei alguns pontos que indicam que a plataforma entende o compartilhamento de conteúdo sexual como algo que pode perturbar outros usuários.

De maneira geral, o LinkedIn divide a sua "políticas para comunidades profissionais" em três pilares: segurança, confiança e profissionalismo. Dentro de cada pilar, existem um conjunto de normas indicando o que a plataforma não tolera, ou encara como nocivo para os outros usuários. No pilar do profissionalismo, por exemplo, há uma diretriz que indica que o usuário "não se envolva em insinuações sexuais ou atitudes sexuais indesejadas". Ao clicar para saber mais sobre essa indicação, encontrei o seguinte texto:

Os usuários acessam o LinkedIn para promover conexões profissionais, adquirir novas competências e se conectar com oportunidades econômicas, não para serem assediados sexualmente ou submetidos a avanços indesejados. Removemos qualquer conteúdo que expresse atração física ou sexual por outros usuários, solicitações de relacionamento romântico ou que

submeta outras pessoas a conteúdo sexualmente sugestivo ou explícito. Exemplos de insinuações sexuais e abordagens indesejadas > Conteúdo que expresse interesse em buscar relacionamentos românticos ou sexuais, ligações românticas, solicitações indesejadas de encontros, noivado ou casamento. > Elogios ou admiração não solicitados direcionados à aparência física de outro usuário, incluindo sua beleza, rosto, corpo ou sexualidade. > *Publicação e compartilhamento de piadas, memes, emojis ou símbolos com conotações sexuais evidentes ou que estejam de outro modo associados com atos sexuais ou genitália.* > *Publicação ou compartilhamento de mídia ou linguagem sexualmente explícita, incluindo pornografia, ilustrações sexuais, descrições de atos sexuais ou genitália* > Declarações como "você é atraente", "que tal nos encontrarmos?", "seus olhos são sexy" ou quaisquer outras tentativas indesejadas de expressão de desejo tendem a violar esta política. (INSTITUCIONAL, LINKEDIN, 2023, grifo meu)¹⁰

Ou seja, o LinkedIn não barra a existência de uma página para o canal Sexy Hot. Porém, o que essa diretriz parece indicar é que as publicações de um perfil com essa temática não seriam bem-vindas na plataforma. A linha editorial do perfil girava em torno de conteúdos muito institucionais, mas que falavam sobre a proposta do canal de ser um espaço com conteúdo sexual inclusivo, preocupado com o bem-estar sexual dos seus assinantes. Como veremos, as linhas editoriais bem organizadas nas diferentes redes sociais foi um passo fundamental para o processo de reposicionamento do Sexy Hot no mercado. Por isso, falar sobre a existência do LinkedIn é relevante, assim como contextualizar o seu processo de derrubada. Atualmente, quem tem uma página institucional é a Playboy do Brasil, que funciona como um grande guarda-chuva abarcando o Sexy Hot e outros canais de TV por assinatura e bibliotecas de conteúdo pornográfico. No perfil da empresa, há o registro da presença da *joint venture* em eventos do universo audiovisual e também o anúncio de vagas de trabalho.

b) Instagram

A página do LinkedIn do Sexy Hot não foi a única a ser derrubada. Essa, inclusive, é uma queixa recorrente dos profissionais que trabalham no canal, principalmente da Gabriela, a responsável pela comunicação. Durante cinco semanas do segundo semestre de 2022, mais precisamente entre o dia 30 de julho e o início de outubro, a página do Instagram do Sexy Hot também foi derrubada. A entrevista que ela me concedeu aconteceu no começo de agosto desse mesmo ano, ou seja, a página tinha acabado de ser suspensa e, na ocasião, Gabriela chegou a afirmar que não acreditava que a página seria recuperada de novo. Aqui vale mais um contexto: o perfil do Instagram do Sexy Hot existe desde 2013 e é

¹⁰ Página com detalhamento sobre as diretrizes do LinkedIn para compartilhamento de conteúdo: < <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/a1337770>> Acesso em 28/08/2023.

verificado desde 2018, mas, segundo as dirigentes do canal, isso não impede que, eventualmente, ela sofra suspensões por se tratar de uma conta que divulga um canal de conteúdo adulto.

A gente estava fazendo um trabalho muito legal de pensar as editorias, de sair dessa coisa da pornografia para abraçar mais prazer, conhecimento. A gente tinha editoria de educação sexual, a gente tinha uma editoria pensada para mulheres, a gente estava fazendo um trabalho super bacana e que, por uma questão ou outra, um post derrubado ou outro, nossa página caiu e não vai voltar. Então hoje a gente tem, de rede social, é o Twitter, porque a gente já foi derrubado do YouTube, a gente já foi derrubado do Instagram. Nos sobrou o Twitter que é a única rede social que, entre aspas, é "aliada", que não é tão aliada assim porque impulsionar tuíte, comprar espaço no Twitter, isso não existe. A gente não pode. A gente consultou novamente, a agência [que faz conteúdo para o Twitter] consultou [o Twitter] novamente recentemente e não podemos fazer nada lá. (*Gabriela*, agosto de 2022).

Nessa fala de Gabriela podemos entender alguns pontos relevantes sobre a importância das redes sociais para o Sexy Hot. Nesse ponto, é importante contextualizar um pouco mais sobre o Instagram, já que foi a rede social na qual as mudanças discursivas empreendidas pelo canal ficaram mais visíveis.

Em 2010, o brasileiro Mike Krieger e o norte-americano Kevin Systrom criaram o Burbn, um aplicativo que permitia fazer fotos, fazer check-in e criar uma espécie de agenda. O que foi definido como um aplicativo "complicado" pelos seus próprios idealizadores acabou se tornando o protótipo do Instagram. No fim desse mesmo ano, a mudança de nome e propósito se consolidou e o aplicativo foi disponibilizado para os usuários de Iphone. Em pouco mais de três meses, o *app* chega a 1 milhão de usuários. Em abril de 2012, a rede ficou disponível para Android e foi comprada pelo Facebook alcançando mais de 30 milhões de usuários¹¹. Ao longo desses mais de 10 anos de existência, o Instagram já se atualizou e incorporou ferramentas das mais diversas, desde a possibilidade de compartilhar várias imagens sequenciais, em postagens carrossel, até o compartilhamento de vídeos e fotos quase instantâneas, que somem depois de 24 horas da data da publicação, os chamados *stories*. Criada para divulgar fotos quadradas, hoje em dia a rede permite outros formatos de imagem e vem modificando o funcionamento dos seus algoritmos para entregar diferentes tipos de conteúdo. Segundo a agência especializada em marketing digital, Rock Content, em 2022 a plataforma priorizou a entrega de vídeos e, a partir de 2023, voltou a

¹¹ Informações extraídas da matéria "Entenda a curta história do Instagram, comprado pelo Facebook" publicada em 10/04/2012 pelo site G1. Disponível em <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/entenda-curta-historia-do-instagram-comprado-pelo-facebook.html>> Acesso em 27/09/23.

investir em algoritmos que entregam mais fotos para os seus usuários. A mudança aconteceu junto com a política de conteúdo sensível. E é essa mudança que mais nos interessa pensar.

Desde a sua criação, a rede social contou com diretrizes que barravam imagens com conteúdo sexual explícito. Contudo, ao ser incorporada pelo Facebook, atual Meta, o Instagram adotou uma política de conteúdo sensível mais restritiva: imagens com sugestões de mamilos identificados como femininos, por exemplo, eram prontamente suspensas e podiam acarretar no banimento da conta responsável pela publicação. O mesmo não acontecia com mamilos identificados como masculinos. Essa diferenciação, inclusive, gerou uma série de polêmicas, protestos e pedidos de explicação dos usuários para as plataformas. Até que no começo de 2023, o comitê de supervisão do Meta, responsável por avaliar os pedidos envolvendo esse tipo de conteúdo, pediu a revisão da política que impedia a publicação de imagens de nudez. Segundo notícia publicada no portal G1¹², o estopim para isso veio da publicação de fotos de um casal não binário. Na postagem, o casal anunciou que um dos membros passaria por uma cirurgia de remoção das mamas e a imagem acabou sendo censurada. O comitê entendeu que a diretriz refletia uma visão muito binária de gênero e sobre a distinção de corpos de femininos e masculinos. Com isso, a partir de meados de 2023, as diretrizes para a publicação de conteúdo adulto foram alteradas.

De maneira geral, o Instagram possui regras sobre recomendações de conteúdo que privilegiam determinados tipos de imagem em detrimento de outras. Em sua página sobre o assunto¹³, a rede social aponta que conteúdos com nudez explícita ou sugerida de adultos se encaixam em uma das cinco categorias que são permitidas na plataforma, mas que não são recomendadas pelos algoritmos. O texto define esse tipo de material como sendo impeditivo para a promoção de "uma comunidade segura" junto com conteúdo sobre suicídio, violência e consumo de tabaco. Esse último item, inclusive, nos lembra da fala de Gabriela ao entender os desafios do seu trabalho no Sexy Hot como sendo os mesmos que enfrentava na época que trabalhava na indústria de tabaco. Além dessa página que aborda regras mais claras sobre recomendações de conteúdo, há outras duas páginas com regras e explicações sobre o que atualmente é permitido veicular no Instagram. A primeira delas tem como título

¹² "Fotos de mamilos: comitê do Instagram e Facebook pede que política sobre nudez nas redes seja mais clara" matéria disponível em <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/01/18/fotos-de-mamilos-comite-do-instagram-e-facebook-pede-que-politica-sobre-nudez-nas-redes-seja-mais-clara.ghtml>> Acesso em 27/09/23.

¹³ Página sobre recomendações de conteúdo: <https://www.facebook.com/help/instagram/313829416281232>> Acesso em 11/10/2023.

"Apresentamos o controle de conteúdo sensível"¹⁴ e é datada de 20 de julho de 2022. No texto, o Instagram apresenta a novidade explicando que o controle de conteúdo sensível reflete uma busca da rede por promover uma comunidade em que mais pessoas se sintam contempladas:

Ao longo dos anos, ficou cada vez mais claro que as pessoas têm opiniões diferentes sobre a experiência que oferecemos, além de se perguntarem se a experiência é ideal para elas. Acreditamos que todos deveriam poder transformar o Instagram na experiência que desejam. Começamos a concretizar essa linha de pensamento criando ferramentas como a desativação de comentários ou o impedimento de alguém interagir com você no Instagram. Hoje, lançamos o "controle de conteúdo sensível". Com ele, você decide qual é a quantidade de conteúdo sensível exibido na seção Explorar. (INSTITUCIONAL, 20/07/2022)

Chama a atenção o fato dessa atualização parecer ser reflexo de uma demanda dos usuários que querem a possibilidade de veicular e de ter acesso ao que a plataforma entende como "conteúdo sensível". De acordo com o mesmo texto, esse tipo de conteúdo pode ser definido como publicações que não vão de encontro às regras do Instagram, que não as violam, mas que também podem "incomodar algumas pessoas". O exemplo que o texto dá aborda dois tipos de conteúdos: o violento ou o sexualmente sugestivo. Nesse primeiro texto, a flexibilidade do usuário poder controlar a quantidade de conteúdo sensível ao qual têm acesso está restrito à sessão "Explorar". Já no texto sobre "Atualizações no controle de conteúdo sensível"¹⁵, datado de 25 de agosto de 2022, a rede social informa que atualizou a tecnologia que recomenda conteúdo nos campos "Pesquisar, Explorar, Hashtags, Páginas, Reels, Recomendações do feed e Contas sugeridas". Agora o usuário poderia escolher entre a possibilidade de ver mais, menos ou ter a configuração padrão no acesso a conteúdo sensível em todas essas sessões.

É curioso pensar que uma página como a do Sexy Hot, que está online há anos, que conta com expressivo número de seguidores, que apresenta engajamento, regularidade de postagem e que não incita nenhuma prática sexual criminosas corra o risco de ser derrubada. Um perfil comercial no Instagram deve obedecer a uma série de diretrizes do ponto de vista do marketing do conteúdo para ser relevante e não ser banido da rede social: como já mencionei, é preciso ter engajamento, oferecer conteúdo que mantenha a audiência interessada, angariar seguidores e consolidar o nome da marca, o que o Sexy Hot faz há anos.

¹⁴ Página sobre a apresentação do controle de conteúdo sensível: <<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/introducing-sensitive-content-control>> Acesso em 11/10/2023

¹⁵ Página com atualizações sobre controle de conteúdo sensível: <<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/updates-to-the-sensitive-content-control>> Acesso em 11/10/2023

E o ponto mais importante: ele não incita à pedofilia, à violência e nenhuma outra prática criminosa.

Não deixo de lembrar, mais uma vez, do argumento de Maingueneau sobre o fato da pornografia ser um "discurso atópico". Contudo, proponho uma extensão desse argumento e proponho considerar as redes sociais como espaços online de interação e sociabilidade, tal qual uma cidade. Em uma das passagens do texto que o pesquisador francês discorre acerca da pornografia como um "discurso atópico", podemos ler o seguinte trecho: "A produção pornográfica não é reconhecida pela cidade: idealmente, a sociedade não tem conhecimento de sua existência, não se considera que a cidade deva conceder lugar à pornografia, a cidade nunca erigirá monumentos para seus autores" (2010, p. 23). Se o Instagram é uma cidade, ou mesmo, uma espécie de bairro, é possível entender que, idealmente, a sociedade não quer reservar um espaço no qual o discurso pornográfico possa existir. O que parece se consolidar é mais um campo de disputas, dessa vez no ambiente online, no qual há o esforço para a existência de espaços que elaborem a sexualidade, mesmo que isso aconteça através de uma marca e dentro de uma lógica de mercado. Em contrapartida há agentes que denunciam, boicotam e buscam meios de coibir tais espaços.

Retomando as questões sobre as políticas de conteúdo, ainda que essas atualizações tenham sido publicadas no período em que a página do Sexy Hot saiu do ar, essas mudanças parecem ter sido fundamentais para que o perfil do canal tenha voltado a ativa. E o retorno dessa rede social foi muito importante para as estratégias de comunicação do canal. Como fica claro com as explicações de Gabriela, responsável pela comunicação da empresa, o Instagram é a principal rede social usada pelo Sexy Hot para mostrar as mudanças discursivas que estavam em curso ao longo do seu processo de reposicionamento.

Como Gabriela explica, as postagens no Instagram passaram a ser divididas em editorias que contemplavam, entre outros temas, textos e imagens ligados ao prazer feminino, à construção de intimidade, à associação entre bem-estar e sexualidade. A profissional usa a expressão "editoria" para indicar uma prática comum dentro do universo do marketing de conteúdo e da comunicação, de maneira geral. Editorias são um meio de organizar espaços discursivos a partir de temas previamente delimitados. Esses espaços discursivos podem ser as partes de uma revista, de um jornal, de um site, ou mesmo de uma rede social. No universo do jornalismo, uma editoria se relaciona com a linha editorial de um veículo de imprensa. Essa ideia foi transportada para o marketing digital para deixar as estratégias discursivas mais claras e, assim, comunicar melhor com os usuários e potenciais clientes de uma marca.

Portanto, ao determinar as mudanças no discurso do Sexy Hot, o próximo passo foi organizar uma estratégia que refletisse isso nas redes sociais. Daí o cuidado com o Instagram, com o LinkedIn e, como veremos a seguir, com o Twitter. Na rede social dedicada ao compartilhamento de imagens, é possível distinguir as editorias que Gabriela comentou em sua fala: há vídeos com uma sexóloga que tira dúvidas sobre os mais variados temas ligados ao campo da sexualidade, há interações com os usuários, há uma campanha para incentivar os usuários a pagar pela pornografia, associando essa ideia a um consumo saudável e positivo de conteúdo adulto. As postagens¹⁶ foram publicadas entre junho e o início de agosto de 2022 e mostram imagens sugestivas para falar sobre prazer feminino e até mesmo o lançamento de uma nova categoria no *streaming* do canal voltada especificamente para os orgasmos femininos.

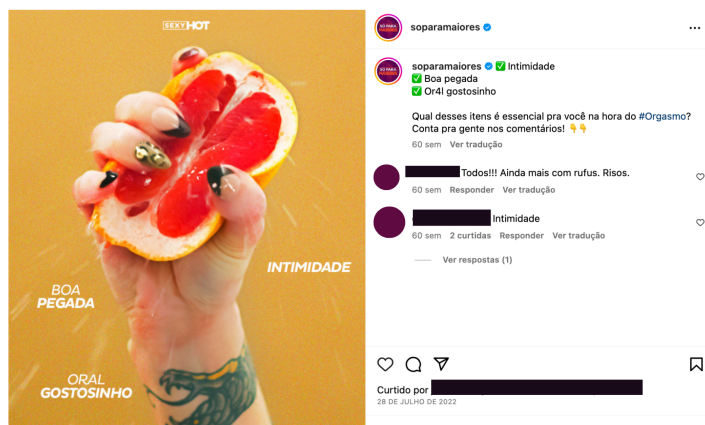


Imagem 6: Captura de tela feita em 27/09/23



¹⁶ No texto original selecionei um conjunto maior de posts. É possível ter acesso a essa seleção maior através dos seguintes links: Imagem 4 disponível em <<https://www.instagram.com/p/CgSeuiPB2du/>> Imagem 5 disponível em <<https://www.instagram.com/p/CgcIuHBNBCj/>> Imagem 6 disponível em <<https://www.instagram.com/p/CgkgBR4B9rJ/>> Imagem 7 disponível em <<https://www.instagram.com/p/CfwW6C-vNhX/>> Vídeo 8 disponível em <https://www.instagram.com/p/Cf_zi7RAwIH/> Vídeo 9 disponível em <<https://www.instagram.com/p/CgKGtqyOPZC/>> Imagem 10 disponível em <https://www.instagram.com/p/CgetJ-ktCO_/>

Imagem 9: Imagem extraída de um vídeo. Captura de tela feita em 27/09/23

Esse conjunto de posts exemplifica o discurso de Gabriela sobre as pautas que o Sexy Hot passou a abordar na rede social. Os conteúdos falam sobre "prazer feminino" e apontam para uma relação quase que intrínseca entre bem-estar, saúde e sexualidade. Os textos e imagens sobre sexualidade como uma questão de saúde que são usados para tratar desses assuntos de maneira menos direta, exatamente por conta das restrições do Instagram, dialogam com a associação desse discurso com uma ideia de positividade do sexo, de bem-estar sexual. Seja com uma sugestiva imagem de uma laranja sendo espremida, fazendo alusão à genitália feminina, seja com a troca de letras por números para falar sobre *sex shops*, a ideia das postagens é associar o Sexy Hot a um espaço de consumo saudável de sexo e de informações sobre sexualidade. E é mais curioso constatar que essa associação entre bem-estar sexual e vida saudável também se alia a uma questão generificada: tudo isso é ratificado pelo discurso que valoriza e prioriza o prazer feminino.

Gregori, em sua pesquisa sobre *sex shops* em São Paulo, Brasil, e em São Francisco, nos Estados Unidos, trabalhou com a ideia de positividade do sexo e bem-estar sexual. A pesquisadora vai tratar uma *sex shop* da sua pesquisa chamada Good Vibrations como uma "*sex shop* politicamente correta" (p. 44, 2016). Vou aproveitar a elaboração da professora sobre o seu objeto de pesquisa para pensar em como o Sexy Hot está organizando o seu discurso sobre sexo e sexualidade no Instagram.

Assim como a *sex shop* da pesquisa, o discurso do Sexy Hot no Instagram tem uma preocupação explícita de se diferenciar e apontar outras possibilidades de abordagem para os aspectos relacionados à sexualidade. Fazendo um paralelo mais direto com o texto de Gregori, entendo que as postagens do perfil do canal foram pensadas para além do objetivo de vender assinaturas do Sexy Hot:

Mais do que visar o lucro, pretende-se legitimar escolhas diversificadas de exercício sexual, tentando não alimentar estereótipos ou reforçar práticas que incorram na coisificação. Há, aparentemente, todo um cuidado em domesticar, neutralizar o sentido de violação que está envolvido no significado corrente de erotismo. (...) Há um esforço claro de integração, e não de subversão. (GREGORI, p. 44, 2016)

Os conteúdos dos posts são fruto de um discurso que mostra o sexo e a sexualidade não como atos de "violação" ou "coisificação", mas sim como possibilidades de viver experiências positivas. A relação de bem-estar sexual com sexualidade feminina presente na pesquisa de Maria Filomena Gregori nos ajuda a compreender melhor o que observamos nos posts. Ao falar sobre a localização geográfica dos *sex shops* de São Paulo e

sua associação a uma imagem mais ou menos sofisticada, a pesquisadora defende que cada escolha também se relaciona com o gênero dos frequentadores daqueles espaços:

Cada nicho cria uma espécie de compêndio para o erotismo, segundo os eixos perto/longe (de casa ou da fantasia), baixo/alto, sujo/limpo, popular/sofisticado. Espaços escuros, distantes de 'casa', no centro decadente, e frequentados por homens, evocam a ideia de 'conveniência erótica' ou de que o desfrute sexual imediato e barato está associado à noção de transgressão. **Afastar o sujo ou dotar a pornografia de sofisticação exige espaços claros, cheirosos e caros, frequentados por mulheres.** Nesse caso, o erotismo perde a potência obscena e ganha o sentido de prazer saudável. (GREGORI, p. 104, 2016)

Ou seja, a sexualidade saudável, "politicamente correta", sadia, associada a uma "pornografia sofisticada" está relacionada a uma sexualidade que contemple o prazer feminino. E esse discurso faz parte das editoriais produzidas pelo Sexy Hot e usadas para organizar o conteúdo veiculado no Instagram. Como vimos no segundo capítulo, ao explorar as questões ligadas à mudança da identidade visual do canal, fica explícito que a ideia de uma "pornografia sofisticada" passa também pela construção de imagens mais sofisticadas nas redes sociais, tais como as encontradas nas postagens do Instagram.

Algumas fotos aparecem com um filtro roxo avermelhado remetendo justamente às mudanças na paleta de cores empreendidas pela marca. Nesse sentido podemos perceber que as imagens com esse filtro ganham uma uniformização: elas podem mostrar interações sexuais ou partes de interações sexuais, mas nada é explícito, o filtro com as novas cores do canal as torna parte de um conjunto e suaviza qualquer interpretação mais óbvia. E esse mesmo filtro promove um diálogo estético com outras postagens: suas cores são vistas na arte que é usada como fundo para alguns vídeos e também aparece nas cartelas de texto de outros conteúdos. Outro recurso empregado é o subentendido, é a interpretação baseada na imaginação dos usuários: em uma foto temos uma mão com unhas pintadas espremendo uma laranja. A ação resulta no sumo da fruta espirrando para a lente que captura o instante. Na imagem também é possível ler as seguintes palavras: boa pegada, intimidade, oral gostosinho. Na legenda da foto, as mesmas expressões são acompanhadas de um convite para interagir no post através da pergunta "Qual desses itens é essencial para você na hora do #Orgasmo?". A laranja é comumente usada como metáfora para vagina e é possível interpretar que a imagem sugere que para uma vagina ficar lubrificada, e sua portadora alcançar o orgasmo, é preciso investir em "boa pegada", "intimidade" e "oral gostosinho".

Outro aspecto que vale um comentário, mas que poderia render uma análise muito mais extensa, é a presença de uma sexóloga no perfil do Sexy Hot no Instagram. Thais Plaza se apresenta, na descrição do seu perfil no Instagram, como terapeuta sexual, sexóloga

ligada ao perfil @amo.terapia e como líder da empresa A Sós, rede de negócios e distribuidora de produtos eróticos. No perfil online, no momento em que escrevo essa parte do texto, em dezembro de 2023, também é possível ver a missão da profissional resumida na frase: "Minha missão é deixar sua vida + VIBRANTE para você GOZAR e ter + prazer". Além disso, vemos a expressão "susexo" e a indicação de que a empresa A Sós é capaz de transformar financeiramente a vida dos usuários. Por fim, há um link de uma matéria do jornal Folha de S. Paulo descrevendo a expansão do mercado de produtos eróticos e de consultoria sexual. Thais conta com mais de 25 mil seguidores no Instagram e abastece a rede com conteúdos periódicos, seja da sua participação em diferentes mídias, dando entrevista como sexóloga e terapeuta sexual, seja com vídeos e imagens das empresas nas quais atua.

Acredito ser relevante construir esse pequeno panorama sobre o perfil da especialista, entretanto, no caso desta pesquisa e desse recorte, não vou observar as atividades e postagens que ela faz em seu perfil profissional. Meu interesse é comentar brevemente sua atuação no perfil do Sexy Hot e como o canal mobiliza o discurso da sexóloga para construir um saber autorizado sobre sexo. Entre o período assinalado neste trabalho como sendo o momento em que o reposicionamento do canal fica visível, entre 2020 e 2021, a presença de Thais Plaza no Instagram do Sexy Hot é intensa. É possível ver vídeos da profissional no perfil do canal até março de 2023 e, em linhas gerais, é possível classificar esses conteúdos em três grandes temas: dicas de filmes do catálogo de produções originais do Sexy Hot, propagandas institucionais e discursos sobre saúde. Nos vídeos com dicas de filmes, Thais Plaza fala sobre a programação do canal e sobre os vídeos com o selo Sexy Hot Produções e, usualmente, faz uma ponte entre a temática do filme e alguma dúvida ou curiosidade sexual que já tenham comentado nos conteúdos com discurso sobre saúde. Em propagandas institucionais, a profissional se comporta como uma porta-voz do canal, promovendo a mensagem de fim de ano, ou falando sobre a promoção disponível para atrair novos assinantes.

Porém, a temática que chama mais a atenção e que serve como base para justificar a presença de Thais na página são os conteúdos com discursos sobre saúde. Nomeie esse eixo temático dessa maneira pois ele concentra desde dicas de prevenção a ISTs (infecções sexualmente transmissíveis), incentivo do uso de preservativos até respostas de dúvidas dos usuários. Estas últimas costumavam aparecer na página através de um recurso para esse fim disponível na rede social chamado "caixa de perguntas" e caracterizavam uma espécie de quadro que aparentava ser semanal e se configurava como uma oportunidade para os seguidores enviarem suas dúvidas a respeito de sexo para Plaza responder. Ainda hoje, há

um destaque no perfil do Sexy Hot chamado "Entre elas" e lá é possível ver uma série de vídeos curtos com respostas da sexóloga sobre essas dúvidas. A ideia desse quadro era promover um diálogo sobre sexualidade, principalmente os saberes sobre a sexualidade feminina.

Thais Plaza sempre aparecia nos vídeos maquiada e com acessórios que remetessem ao universo da sexualidade: brincos com formas de pênis, vagina e arco-íris, mostrando uma ideia de diversidade. Essa ideia, inclusive, faz parte da retórica da sexóloga em todos os conteúdos. Em alguns vídeos é possível ver um fundo com livros, como um escritório ou uma sala de trabalho, em outros só vemos uma parede branca. Os vídeos pareciam ser feitos pela profissional, no modo selfie da câmera do celular, sem grandes recursos de edição ou tratamento de imagem. O que importa não são esses aparatos técnicos, mas sim, a presença e o discurso de Thais.

Através desses conteúdos e do discurso de Thais sobre sexualidade, sexualidade feminina, sexualidade para casais, o Sexy Hot promove e organiza um saber sobre o sexo e sobre a sexualidade. E aqui, vale lembrar a ideia de Foucault que entende sexualidade como um nome que pode ser dado a um dispositivo histórico:

à grande rede da superfície em que a estimulação dos corpos, **a intensificação dos prazeres**, a **incitação ao discurso**, a **formação dos conhecimentos**, o reforço dos controles e das resistências encadeiam-se uns aos outros, segundo grandes estratégias de saber e de poder (FOUCAULT, 1984, p. 115. Grifos meus)

O Sexy Hot, ao escolher uma sexóloga para abordar temas ligados à sexualidade, principalmente à sexualidade feminina, aponta formas de intensificar os prazeres, incita um discurso, colabora para a formação de um conhecimento que passa pelos seus conteúdos e organiza um saber específico sobre a sexualidade. Ao trazer uma profissional com essas credenciais, o Sexy Hot mostra que procura "bem-estar sexual" (GREGORI, 2016) também através de uma certa ciência, de um saber que aparenta ser científico porque passa por uma voz que se apresenta como especialista. E essa mesma voz de especialista, que aparenta uma reputação e uma imagem ligada a uma ideia de ciência, também serve ao canal como garota propaganda: Plaza indica filmes do catálogo para mostrar que as dúvidas e inseguranças dos seguidores fazem parte do cotidiano sexual também retratado nos conteúdos. Além disso, a profissional, usando a credibilidade que lhe é atribuída, também sugere que os seguidores se tornem assinantes do canal. A presença de Thais fez parte da estratégia do canal para aproximar a marca dos seguidores e para construir a ideia de que essa marca se importa com a saúde e com o bem-estar dos seus consumidores.

Por fim, ao contrário do que Gabriela afirmou, a página do Instagram não foi derrubada de maneira definitiva. Em meados de outubro de 2022, essa rede social estava de volta e, para celebrar o retorno, o canal promoveu um concurso com o sorteio de prêmios e promoção de assinatura. Em setembro de 2023, essa rede social contava com 320 mil seguidores e mais de 3.700 publicações.

c) Twitter

Voltando à fala de Gabriela, vale prestar atenção ao segundo aspecto que ela pontua. Ao falar sobre o Twitter, a comunicadora ressalta a importância da rede social uma vez que, no período em que a conta do Instagram ficou suspensa, esse foi o canal principal para o contato do Sexy Hot com o público:

Estar lá a gente pode e lá é o lugar que a gente consegue postar coisas mais explícitas, que a gente tem mais liberdade, nesse território do Twitter. E hoje, atualmente, é a nossa única rede social. Então é realmente desafiador a gente ter que toda hora pensar em possibilidades, em meios de comunicação, de divulgação e a gente acaba ficando muito refém dos nossos próprios canais: do nosso site, do nosso e-mail, sabe? Dos canais que a gente tem internamente, que a gente consegue controlar e agora do Twitter que é um território um pouco mais tranquilo pra gente, sabe? *(Gabriela, agosto de 2022)*

Gabriela reforça a dificuldade do Sexy Hot de estar em espaços que não sejam os internos, ou seja, o site do canal e a ferramenta de envio de e-mails, conhecido como e-mail marketing. O e-mail marketing é uma estratégia de marketing digital que, através de uma ferramenta de automação, permite o envio de mensagens eletrônicas para um grupo de contatos selecionados. É um mecanismo de comunicação que serve para manter o contato com uma base de clientes e/ou usuários que já tenham cadastro com a marca ou serviço. E é justamente esse um dos pontos que está nas entrelinhas da fala de Gabriela. Contar com canais internos, seja o próprio site ou o e-mail marketing, restringe o alcance das divulgações que atraem novos clientes para o canal.

Outro aspecto que chama a atenção nesse mesmo trecho é o foco que o marketing do canal passa a dar para o Twitter, a única rede social disponível para o Sexy Hot naquele período. Como a interlocutora aponta, para os fins do Sexy Hot, é a plataforma que dá mais "liberdade" para que conteúdos explícitos sejam veiculados. E durante cinco semanas do segundo semestre de 2022 foi o principal meio de divulgação dos posicionamentos e conteúdos do canal. Por esse motivo, é importante contextualizar um pouco mais essa rede

social, falar sobre suas diretrizes, que, de fato, permitem o compartilhamento de conteúdo sexual e apontar algumas interpretações teóricas para a forma como ele é organizado.

O Twitter nasceu em 2006, como um projeto paralelo de um grupo de quatro sócios estadunidenses. O propósito da rede era possibilitar o envio de mensagens curtas para um grupo de pessoas que pudesse ter acesso ao conteúdo em tempo real. De acordo com o site Meio & Mensagem¹⁷, especializado em ferramentas de comunicação, a rede originalmente foi batizada de "twtr", uma alusão ao canto de passarinhos. No fim do seu primeiro ano, a mídia social recebeu a alcunha de Twitter e o passarinho azul passou a ser cada vez mais conhecido. Se em 2007 o fluxo de tuítes, as mensagens de texto compartilhadas na timeline dos usuários, girava em torno de 20 mil por dia, em 2010 esse número chegou a 50 milhões de tuítes diários. Em 2022, o Twitter foi comprado pelo bilionário Elon Musk. Desde então, a rede social vem passando por uma série de transformações, desde a mudança de nome, até a forma como os usuários podem se relacionar com a plataforma.

Em relação às diretrizes dessa rede social, ao contrário do LinkedIn, há uma maior tolerância ao compartilhamento de conteúdo sexual, inclusive vídeos e fotos com temas mais explícitos. No caso do Sexy Hot, em seu perfil @soparamaiores, há trechos de filmes e séries que mostram a interação sexual entre atores e atrizes. No *print screen* a seguir (imagem 12) é possível observar um exemplo desse tipo de conteúdo¹⁸ e compreender quais tipos de imagens explícitas são veiculadas na conta do Sexy Hot. Na postagem, vemos o recorte de uma cena em que uma atriz recebe sexo oral de um ator. O trecho faz parte de um filme disponível no catálogo de *streaming* do canal.

¹⁷ Texto publicado no site especializado em conteúdo sobre comunicação em 30 de novembro de 2022. Disponível em <<https://www.meioemensagem.com.br/midia/historia-do-twitter>> Acesso em 29/08/23

¹⁸ Imagem 4 a imagem 6: capturas de tela feitas em 30/08/23. Imagem 4: disponível em <<https://twitter.com/SoParaMajores/status/1566440955372257282>> Acesso feito em 30 de agosto de 2023.



Imagem 12: Captura de tela feita 30/08/23.

Ao olhar para as diretrizes da plataforma, encontrei informações que parecem apontar para o que Gabriela classifica como uma maior "liberdade". É permitido compartilhar vídeos, fotos e demais imagens que tenham conteúdo sexualmente explícito, desde que sejam feitas de maneira consensual e que sejam marcadas como mídias sensíveis. Não é o que acontece no perfil do Sexy Hot. As postagens não têm essa indicação, entretanto, na descrição da página do canal, há a informação de que se trata de um espaço destinado ao público maior de 18 anos. Ainda de acordo com as regras estipuladas pelo Twitter, caso as mídias sejam denunciadas, a plataforma pode marcá-las manualmente ou ainda restringir o seu alcance.

Durante o período em que observei o Twitter do canal, não vi nenhuma mídia marcada como sensível e também não ouvi nenhum relato de Gabriela sobre isso. Ao contrário, como já pontuei, ao falar sobre o Twitter, a comunicadora reforça como essa rede permite o compartilhamento de imagens e vídeos do canal e que, durante o período que o canal ficou sem Instagram, ela foi fundamental para manter a comunicação com o público que consome o conteúdo do Sexy Hot. Porém, ao buscar o perfil da página mais recentemente, usando uma conta diferente da que eu estava acostumada a usar para fazer minhas incursões etnográficas no perfil do canal, me deparei com uma situação diferente. Encontrei a página do Sexy Hot com um indicativo de conteúdo sensível.

Ressalto que o Twitter mudou de dono, de nome e vem mudando gradativamente sua organização enquanto plataforma. Quando comecei a observar a rede do Sexy Hot, em meados de 2022, não lembro de encontrar nenhum aviso como esse. Por isso, cultivo a suspeita de que esse aviso pode ser um ponto recente, que passou a valer a partir das

mudanças que a plataforma passou a empreender. Acredito ser importante deixar esse fato aqui registrado.

Porém, vamos voltar ao conjunto de posts do período compreendido entre agosto e o início de outubro de 2022, momento no qual o perfil do Instagram do Sexy Hot estava suspenso. Com isso, a comunicação do canal, usando as redes sociais, ficou toda concentrada no Twitter. Ao olhar para o perfil do canal, fico com a impressão de que aquele conjunto de postagens funciona como uma espécie de reduto, um espaço de comunicação e também uma vitrine sobre o Sexy Hot. Tal impressão é reforçada por algumas reflexões teóricas sobre a organização dessa rede. Como já mencionei anteriormente, a pesquisa de Carolina Parreiras é muito importante para esse trabalho por diversos motivos, um deles diz respeito às contribuições de Parreiras sobre o Twitter. A antropóloga, que pesquisou as redes do "*alt porn*" a partir do Twitter, entendeu essa rede social como um personagem do seu trabalho. Parreiras parte das ideias de Miller & Horst (2012) para pensar em como a antropologia digital não percebe as tecnologias como meros "utensílios". Por isso, é possível compreender o Twitter como um personagem muito relevante para o seu campo. Neste caso, para esta pesquisa, também proponho olhar o Twitter não como uma simples tecnologia, um "utensílio", mas sim como um espaço usado pelo Sexy Hot para divulgar seu conteúdo com mais "liberdade", um espaço de criação. E aqui, também vale explorar como é possível organizar esse espaço, com mais liberdade, sem precisar lidar com um perfil suspenso e a perda de seguidores.

Nesse ponto, é importante entender um pouco mais sobre como a plataforma se organiza para compreender os sentidos que essa "liberdade" exaltada por Gabriela assume. O fato de eu compreender o perfil @soparamaiores como uma vitrine e um reduto das pessoas que buscam e/ou se identificam com o conteúdo postado pelo canal faz sentido ao pensar em como a rede social funciona. O Twitter é uma rede que tem uma linha temporal e os seus usuários podem ver o conteúdo ali compartilhado em uma ordem cronológica. O que colabora para que essa rede seja muito ligada ao instantâneo e que os seus usuários estejam sempre acompanhando os conteúdos "em tempo real". Além disso, ao responder uma mensagem, ou compartilhá-la em sua *timeline*, o usuário incorpora o conteúdo original ao seu texto, o que fomenta a criação de uma rede em torno daquele tema (STOLEE-CATON, 2018, p. 153). A lógica de funcionamento do Twitter é pensada para organizar um espaço plural e como Galen Stolee e Steve Caton mostram no texto "Twitter, Trump, and the Base: A Shift to a New Form of Presidential Talk?", publicado em 2018, isso acontece. Entretanto, em paralelo, a formação de comunidades que não prezam pelos mesmos ideais plurais também acontece. Ao mesmo

tempo em que o Twitter se consolidou como um espaço que prioriza o debate de movimentos como o *Black Lives Matter*, ele propiciou a organização de ações como o *Tea Party*¹⁹ (STOLEE-CATON, 2018).

Portanto, a "liberdade" proporcionada pelo Twitter tem muito mais a ver com a forma como ele funciona enquanto plataforma. Como pontuam Stolee e Caton:

Na verdade, um único feed pode conter muitas vozes, criando uma narrativa dialógica com curadoria de um usuário. A ideologia linguística do Twitter é encorajar o diálogo e a liberdade de expressão, bem como permitir que os utilizadores formem as suas próprias comunidades de bate-papo nas quais podem abordar temas de interesse comum²⁰. (STOLEE-CATON, 2018, p. 153).

Acredito que isso seja fundamental para o perfil do Sexy Hot ser um espaço de "liberdade", pois seus usuários formam uma rede que, por ser específica e voltada para esse tipo de conteúdo, se mantém coesa.

A seguir, mostro alguns tuítes compartilhados no perfil do canal²¹, nos meses em que a página do Instagram saiu do ar, que ilustram como a rede social foi usada para veicular o discurso do Sexy Hot.



Imagem 15: Captura de tela que mostra um frame do vídeo institucional da campanha do Outubro Rosa, que aborda a prevenção ao câncer de mama. Captura de tela feita em 27/09/23.

¹⁹ O Black Lives Matter é um movimento que nasceu em 2013 e ganhou grande repercussão na mídia, por articular uma onda de protestos e ações políticas após George Floyd, um homem negro, ser assassinado de maneira covarde por um policial de Minneapolis, em 25 de maio de 2020. Já o *Tea Party* foi uma ação da ala ultraconservadora da política estadunidense organizada no início de 2009 que questionava as medidas adotadas pelo governo de Barack Obama.

²⁰ Do original: "Twitter's linguistic ideology is to encourage dialogue and free speech, as well as to enable users to form their own Twitter, Trump, and the Base • 153 chat communities in which they can pursue topics of common interest". Tradução livre.

²¹ No texto original selecionei uma quantidade maior de tuítes. É possível ver esse conjunto consultando os seguintes links: tuíte da imagem 15: <https://twitter.com/SoParaMajores/status/1576361319900536834> Link da imagem 16: <https://twitter.com/SoParaMajores/status/1579545973050601472> Link da imagem 17: <https://twitter.com/SoParaMajores/status/1577364229153226753> Link da imagem 18: <https://twitter.com/SoParaMajores/status/1563254630490206211> Link da imagem 19: <https://twitter.com/SoParaMajores/status/1563858944765730816> Link da imagem 20: <https://twitter.com/SoParaMajores/status/1580347589022490624> Link da vídeo registrado na imagem 21: <https://twitter.com/SoParaMajores/status/1565482132142637056>



Imagem 16: captura de tela feita em 10/10/2023 que mostra uma campanha do Sexy Hot contra a violência de gênero.



Imagem 18: captura de tela que mostra a interação entre o perfil do Sexy Hot (@soparamaiores) e o perfil da Globoplay

O conjunto de posts selecionados procura mostrar um pouco da variedade dos conteúdos publicados no perfil do canal no Twitter. Neles é possível ver mais anúncios dos filmes, vídeos e séries disponíveis no canal de TV e no serviço de *streaming*. Ainda que as publicações selecionadas para essa pesquisa façam parte de um recorte, ao observar a página do Sexy Hot também é possível ver que a maioria do conteúdo publicado no Twitter também fala mais dos produtos do canal do que exatamente outros tipos de conteúdo, como vemos no Instagram. Entre os exemplos selecionados para essa discussão, temos duas campanhas sobre temas mais sociais, a campanha do Outubro Rosa, de prevenção ao câncer de mama, e uma

campanha contra violência de gênero veiculada no dia de combate nacional a esse tipo de violência, em 10/10. É curioso observar que mesmo em um espaço mais "liberal" para conteúdos explícitos, essas duas campanhas não mostram nenhuma imagem explícita: para o outubro rosa, o canal preparou um vídeo com uma linha rosa atravessando um cenário urbano lembrando da importância da prevenção e do autoexame. Já a campanha contra a violência de gênero mostra uma rosa com espinhos e usa a flor para mostrar um tipo de postura masculina que esconde um comportamento violento.

Além da liberdade que essa rede social permite, a linguagem do Twitter também prevê um pouco mais de descontração na formação da rede de usuários. Isso se deve a como os perfis que fazem parte dessa rede interagem. Como já pontuei, o Twitter é um espaço em que as trocas e compartilhamentos de conteúdo acontecem pautadas pelo agora, no momento presente. Essa rapidez e constante atualização colaboram para a interação entre perfis de marcas e perfis de usuários comuns. Um exemplo disso pode ser visto na imagem 18, na qual há um post da Globoplay chamando os usuários para a interação. O perfil do Sexy Hot se juntou ao movimento de outros perfis institucionais e, ao sugerir um personagem que causasse em uma festa, fez uma propaganda de um de seus conteúdos e indicou que a escolhida seria Cláudia, personagem principal da série "Leaks", conteúdo com o selo Sexy Hot Produções. Este conteúdo, inclusive, será abordado no próximo tópico do texto, pois é um dos exemplos que a equipe do Sexy Hot gosta de apontar como sendo um exemplo do "olhar feminino" tão falado pelo canal.

1.2 Conclusões iniciais sobre discursos institucionais e de marca

Para fechar esse tópico gostaria de retomar algumas das ideias. Os perfis do Sexy Hot nas redes sociais são espaços para aproximação da marca com o público. Neles é possível entender mais sobre o posicionamento do canal, como ele se expressa e como ele dialoga com seus espectadores. Por esse motivo, são espaços fundamentais para compreender o discurso que o canal promove e reforça a partir do seu reposicionamento no mercado.

As redes sociais são ferramentas importantes para as estratégias de *rebranding* e também são espaços muito relevantes para estabelecer vínculos com a audiência, o que o marketing chama de marketing relacional (FETUE, 2020). É possível entender o marketing relacional²² como uma busca das marcas para manter uma base de clientes que seja fiel à

²² Esse é um campo em expansão no marketing. Para estudos mais aprofundados sobre a relação das redes sociais com o marketing relacional e outros aspectos que fazem parte dessa prática empresarial, conferir a pesquisa de Ojiaku, Obinna C., Aghara, Vincent O. e Ezeoke Obianuju L, disponível no artigo: "Effect Of Relationship Marketing And Relationship Marketing Programs On Customer Loyalty". (2017)

organização e, por isso, as mídias sociais acabam se tornando grandes aliadas nesse processo. É através da presença no Instagram, no LinkedIn e no Twitter que o Sexy Hot pode estabelecer uma relação e uma espécie de vínculo com cada um desses públicos. No LinkedIn, a ideia do perfil do canal era estabelecer um discurso institucional, mostrar a marca enquanto uma empresa de entretenimento adulto que passou por um reposicionamento e que está disposta a dialogar com outros *players* do mercado. Uma vez que essa é a função de uma rede que privilegia *business*, como o LinkedIn.

Já no Instagram, o objetivo do perfil é consolidar uma relação com os espectadores já fidelizados à marca e dialogar com potenciais assinantes, o que também se mostra como o objetivo do Twitter. Entretanto, cada um desses espaços pressupõe linguagens específicas: enquanto o Instagram funcionou como uma espécie de vitrine-revista, com sessões específicas de conteúdo que assinalavam as mudanças pelas quais o canal estava passando, o Twitter é percebido como um espaço com mais "liberdade" para o Sexy Hot. E as interações que acontecem nessa rede seguem uma linha editorial mais descontraída e, em certa medida, mais livre, como pudemos observar no exemplo da interação entre o perfil do canal e o perfil do serviço de *streaming* da Globo.

Como pudemos ver, os discursos do Sexy Hot acerca do processo de reposicionamento do canal passaram por diferentes espaços e por distintas modulações. O que é interessante observar é que, em muitos casos, o uso das categorias que assinalam as mudanças no canal, entre elas o "olhar feminino", parece indicar uma espécie de desvio de atenção. É como se, ao acionar essas categorias, o canal deslocasse o foco do sexo em si e passasse a se colocar como um mediador, um elemento que ajuda a promover o bem-estar sexual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CAMINHAS, Lorena Rubia Pereira. "A midiatização dos mercados do sexo e a configuração da experiência erótica mediada". *Galáxia*, n. 37, pp. 162-174, janeiro-abril de 2018.

CAMPANELLA, B. "Por uma etnografia para a internet: transformações e novos desafios". *MATRIZES*, v. 9, n. 2, pp. 167-173, 2015. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matriz/es/article/view/111722>>. Acesso em: 19 de abril de 2022.

CANAIS GLOBOSAT. *Sobre*. Disponível em: <<http://canaisglobosat.globo.com/>>. Acesso em: 13 de abril de 2022.

_____. *Institucional*. Disponível em: <<http://canaisglobosat.globo.com/>>. Acesso em: 13 de abril de 2022.

FETUE, William Pitarma. *A importância das redes sociais para a comunicação das empresas e marcas*. Dissertação em Mestrado em Gestão. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, outubro de 2020.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso: Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970*. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

GREGORI, Maria Filomena. “Limites da Sexualidade: violência, gênero e erotismo”. *Revista de Antropologia*, v. 51, n. 2, pp. 575-606, janeiro de 2008.

_____, *Prazeres perigosos: erotismo, gênero e limites da sexualidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

MAINGUENEAU, Dominique. “Do regime impresso ao audiovisual”. In: _____. *O discurso pornográfico*. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MARCUS, George. “Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography”. *Annual Reviews*, v. 24, pp. 95-117, novembro de 2005. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1146/annurev.an.24.100195.000523>>. Acesso em: 19 de abril de 2022.

_____. “Entrevista com George Marcus”. *Mana*, v. 21, n. 2, pp. 407-423, 2015. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/mana/a/jMptZMDNFBhtjV8PhX8gWQs/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em: 19 de abril de 2022.

OJIAKU, Obinna C.; AGHARA, Vincent O.; EZEOKÉ, Obianuju L. “Effect of relationship marketing and relationship marketing programs on customer loyalty”. *International Journal of Business and Management Review*, v. 5, n. 5, pp. 58-71, junho de 2017. Disponível em: <<https://www.eajournals.org/wp-content/uploads/Effect-of-Relationship-Marketing-and-Relationship-Marketing-Programs-on-Customer-Loyalty.pdf>>. Acesso em: 15 novembro de 2023.

PARREIRAS, Carolina. *'Altporn', corpos, categorias, espaços e redes : um estudo etnográfico sobre pornografia online*. Tese (Doutorado) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas. 2015. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/281206?mode=full>> Acesso em: 10 de agosto de 2020.

_____. “Pornografias.com: as convenções do Altporn”. *Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia*, v. 1, n. 42, 11 de maio 2018.

WASSER, Nicolas. “Afetos ao trabalho – notas sobre a sedução da subjetividade em uma empresa brasileira de moda”. *Cadernos Pagu*, Campinas, SP, n. 45, pp. 401–426, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8645267>> . Acesso em: 23 de novembro de 2023.

_____. O gênero da marca – Repensando a relação entre subjetividade e mercado. *Contemporânea*, v. 12, n. 1, p. 249-272, jan.-abr. 2022. Disponível em: <<https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/976>> Acesso em 23 de novembro de 2023.