

Como se dá o processo de fidelização dentro do Privacy

RENATA RODRIGUES PINTOS¹; ELAINE LEITE²

¹Universidade Federal de Pelotas – inforenatarodrigues@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – esleite20@gmail.com

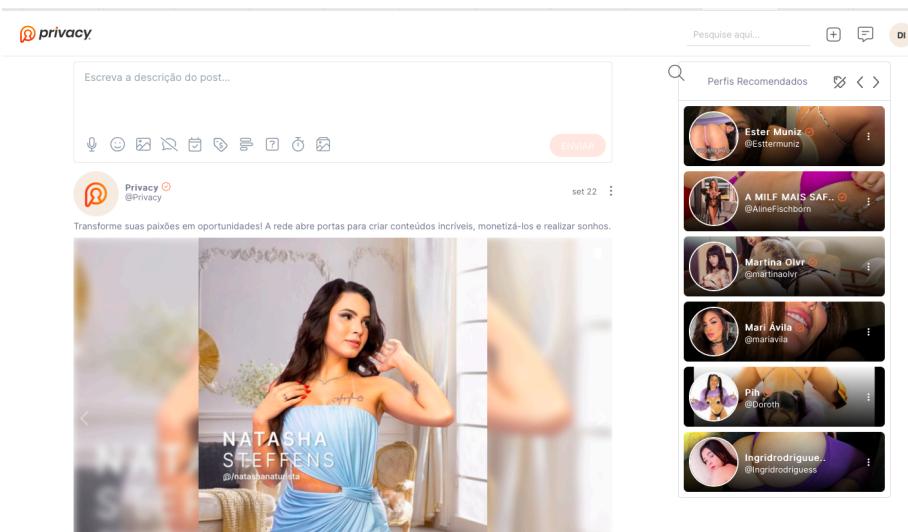
1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca analisar a comercialização do corpo a partir das plataformas digitais de conteúdo adulto e investigar o processo de fidelização virtual, considerando as estratégias de engajamento utilizadas pelos criadores e as dinâmicas de interação nas plataformas.

Para esta pesquisa, será utilizada como referência a plataforma Privacy, desenvolvida no Brasil e concorrente do site estrangeiro OnlyFans - embora a segunda não tenha sido inicialmente criada para tal finalidade, Soares (2023), alterou a dinâmica de comercialização do corpo nos últimos anos.

O Privacy possui um *layout* semelhante ao do Instagram, mas o acesso ao perfil completo requer uma assinatura. Antes de qualquer pagamento, o usuário pode visualizar apenas a biografia do criador de conteúdo, com informações breves sobre o que será oferecido. Em alguns casos, o dono do perfil disponibiliza uma prévia de conteúdos para que o cliente tenha mais familiaridade com o que está sendo oferecido, mas nada explícito.

Os conteúdos compartilhados dentro da plataforma variam a depender do público e existem diversas formas de compartilhamento do conteúdo: os posts gravados previamente são postados no *feed*¹, *lives* (transmissões ao vivo) onde há interação com os assinantes e as conversas privadas no chat da plataforma, por onde ocorre venda de *packs*² e até mesmo a possibilidade de marcar encontros pessoais dependendo do criador de conteúdo (essa informação geralmente consta na biografia).



¹ Área de uma rede social onde aparecem as publicações postadas.

² Packs, em tradução livre pacotes, são conjuntos de vídeos e/ou fotos que são vendidos a escolha do cliente, o mais conhecido na internet por ter virado meme é o "pack do pezinho", feito para aqueles que tem fetiche em pé. Os packs podem ser do corpo todo ou de áreas específicas e com as especificações que o cliente desejar.

Antes de compreendermos o processo de fidelização, é importante destacar alguns conceitos. Como aponta Navarro (2022), com o advento da internet surge uma nova categoria: a neoprostituição. Essa categoria engloba todas as formas de trabalho que envolvem a venda do corpo *online*, desde *camgirls*³ que interagem diretamente com os consumidores, mas sem contato físico, criadoras de conteúdo em plataformas como Privacy e OnlyFans, e até mesmo aquelas que comercializam itens como calcinhas usadas e água de banho, dando origem a novas formas de comercialização do corpo.

É importante destacar que o estudo sobre a comercialização do corpo e da intimidade não é algo novo na sociologia. No entanto, o foco desta pesquisa recai sobre as contribuições de Zelizer (2009) que explora a intersecção entre sexo, poder e dinheiro. Assim, ela apresenta que, as esferas da intimidade e do mercado frequentemente se entrelaçam, ou seja, a negociação da intimidade (2011), como o sexo, implica em relações de poder que estão entrelaçadas com normas sociais, políticas e culturais, evidenciando como as pessoas negociam os significados e valores atribuídos à intimidade, e no caso as transações econômicas.

O foco desta pesquisa, portanto, se aprofunda nessa perspectiva, observando como as dinâmicas contemporâneas, especialmente mediadas pela internet - plataformas digitais, reconfiguram essa relação, dando origem a novas formas de fidelização (transações econômicas) e comercialização do corpo.

2. METODOLOGIA

Para analisar a comercialização do corpo a partir da plataforma digital e as estratégias de engajamento utilizadas pelos criadores e as dinâmicas de interação nas plataformas, será conduzida uma pesquisa qualitativa baseada na netnografia, buscando uma imersão, mais especificamente, na plataforma Privacy analisando a biografia dos perfis presentes no ranking dos 10 perfis mais acessados do mês que a própria plataforma disponibiliza nos períodos de junho à agosto de 2024. Foi realizada uma observação participante, comparando as biografias de todos os perfis presentes no ranking durante os períodos anteriormente citados.

Partiremos do conceito de *male gaze* - olhar masculino - termo utilizado por Laura Mulvey (2006) para criticar a indústria audiovisual. No ensaio, a autora aponta como o cinema possui uma visão masculina ao se referir ao feminino, tendo a tendência de objetificar o corpo de mulheres e fetichizá-las mesmo não havendo necessidade alguma de fazer isso com a frequência que o é feito - muitas vezes sem contexto algum.

A partir do *male gaze* podemos traçar um paralelo com as biografias escritas pelas próprias criadoras de conteúdo adulto dentro do Privacy. Podemos identificar um padrão na escrita, contendo descrições detalhadas com termos relacionados a fetiches comumente idealizados por homens que podem ser encontrados nas *tags*⁴ de sites de pornografia.

Para a fidelização de consumidores, Navarro (2022) diz que as redes sociais fazem a ponte para a captação de possíveis assinantes:

³ As *camgirls* são trabalhadoras de sexo que realizam encontros por chamada de vídeo tanto individuais quanto em grupo. O site mais conhecido que oferece esse tipo de serviço no Brasil é o Câmera Prive. Ver mais em Barbosa (2017).

⁴ Termo de busca frequente remetido a algum termo específico, similar às palavras-chave de artigos científicos.

(..._utilizam a censura das redes sociais para promoverem amostras grátis dos conteúdos exclusivos, ou seja, ele está pagando pela exclusividade de ver aquilo que outras redes sociais não permitem que seja mostrado (p.13).

A junção do *male gaze* e o *marketing* nas redes sociais são a chave para entender como os perfis operam não só captam possíveis assinantes bem como os fidelizam.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As primeiras evidências encontradas nesta pesquisa após analisar os perfis selecionados foram separadas em duas categorias: *subcelebridades* que criaram contas no Privacy por demanda de seguidores através de outras redes sociais (como o *Instagram*) e pessoas que têm sua renda dedicada à venda de conteúdo adulto. A partir disso, podemos notar diferenças na comunicação com o consumidor, as *subcelebridades* que não dependem da venda de conteúdo adulto possuem descrições breves e não possuem uma periodicidade na publicação de conteúdos dentro da plataforma, diferente dos criadores que sua renda depende da plataforma possuem descrições detalhadas publicam quase que diariamente conteúdos pré gravados e fazem transmissões ao vivo com certa regularidade. Para debater a fidelização, nota-se pouca variabilidade no ranking, geralmente as mesmas pessoas aparecem na lista dos 10 perfis mais acessados e na maioria são mulheres, apenas um homem aparece na lista em décimo lugar, sendo ele um homem negro e com uma biografia sem detalhes do conteúdo a ser oferecido. O ranking disponibilizado no site da plataforma, apresenta uma descrição breve justificando motivos quando uma nova pessoa aparece na lista, um deles são as *collabs*, conteúdos colaborativos feitos entre criadores de conteúdo do Privacy que podem ser feitos pessoalmente e com a divisão dos lucros de acordo com o glossário da própria plataforma.

Esses dados relacionados à teoria mostram uma nova forma de comercialização do corpo, a platformização e a uberização do trabalho que teve sua ascensão no período da pandemia e permaneceu mesmo com o fim dela, devido à facilidade e praticidade dos aplicativos no sentido de que é possível trabalhar sem sair de casa.

4. CONCLUSÕES

Esta pesquisa se limita à oferta relacionada a essa nova maneira de comercialização do corpo e como o usuário e o produtor de conteúdo interagem entre si para que ocorra a fidelização. Os próximos passos dessa investigação se darão em forma de entrevista tanto com consumidores quanto com os próprios produtores de conteúdo adulto na forma de compreender melhor como ocorre essa troca baseada nas hipóteses apresentadas de *male gaze* e o *marketing* em outras redes sociais, principalmente o *Instagram*.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA¹, Roseli Bregantin. **Camgirl e a uberização do trabalho sexual na internet no Brasil.** 2017.

MULVEY, Laura. Visual pleasure and narrative cinema. **Media and cultural studies: Keywords**, p. 342-352, 2006.

NAVARRO, Isabel de Arruda Botelho. **Das calçadas para as telas: a penetração do mercado do sexo nas mídias digitais.** 2022.

SOARES, M. C. Sexo e corpos plataformizados: neoliberalismo como gestão do desejo em tempos de capitalismo de plataformas. **Cuadernos de Educación y Desarrollo**.

ZELIZER, V.A. Dinheiro, poder e sexo. **Cadernos Pagu**, n. 32, p. 135-157, jan. 2009.

ZELIZER, V.A. **Negociação da Intimidade.** Brasil: Editora Vozes, 2011.