

Pornografia Online: Uma Análise das Estratégias de Consumo a Partir das Brechas de Certeau (1994). 1

João Renato de Souza Coelho BENAZZI²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Mariana FERNANDES³

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.

João MAIA⁴

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Este trabalho analisa o consumo de pornografia online a partir dos conceitos de brechas, táticas e bricolagem de Certeau (1994). O foco da análise priorizou a perspectiva de consumo a partir das e nas brechas e a forma como os consumidores de material pornográfico se valem de astuciosa bricolagem para atingir seus objetivos de consumo. No campo foram realizadas três etapas distintas de coleta de dados: entrevistas presenciais e netnografia como etapas exploratórias e foi distribuído um questionário estruturado a fim de identificar as percepções dos consumidores de pornografia online sobre a vigilância a que são submetidos e como escapam a ela, etapa descritiva. Da análise realizada e como principais conclusões, foi possível identificar paralelos entre a forma como a pornografia online ocorre e como as brechas na vigilância são utilizadas por seus consumidores, via bricolagem.

Palavras-chave: consumo; pornografia online; brechas; astúcias; bricolagem.

Introdução e problematização

De acordo com Morin, (2000, p. 93) “A comunicação triunfa, o planeta é atravessado por redes, fax, telefones celulares, modems, internet”. As interações causadas pela internet expandiram e saíram do controle entrando em cada lar, em todo o mundo, a qualquer momento (VAZ, 2011). Agora é na hora e no lugar que dá para o consumidor e tudo isso é possível, claro, por causa da adoção da internet banda larga. Não conseguiríamos subir um vídeo no *YouTube* por conexão discada (VAZ, 2011). Como consumidor pode ter acesso ao entretenimento em qualquer lugar e a qualquer momento, em a sua rotina cada vez mais pressionada, percebe-se porque a mídia tradicional perde efetividade (VAZ, 2011). Agora, o

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente XXXIX do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor adjunto da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: jbenazzi@gmail.com.

³ Graduada em Administração pela PUC-Rio. E-mail: mcmfernandes@hotmail.com

⁴ Professor associado da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: cac_mangueira@hotmail.com

tempo não é mais a constante coletiva em um horário nobre, mas uma variável que opera em função do tempo livre do consumidor e de onde está (VAZ, 2011).

De outro lado, está pornografia. Pornografia é definida segundo o dicionário Houaiss da língua portuguesa (2009) por “estudo da prostituição”, “coleção de pinturas ou gravuras obscenas”, “característica do que fere o pudor”, “obscenidade, indecência, licenciosidade”, “qualquer coisa feita com o intuito de ser pornográfico, de explorar o sexo tratado de maneira chula”, “violação ao pudor”, entre outras definições. Fica claro que todas as definições retratadas no dicionário são, em sua maioria, de caráter moral negativo.

Com uma breve análise da pornografia e sua interação com os povos ao longo dos séculos, percebe-se que o uso da nudez humana, da representação do corpo, é algo bem antigo (LOPES, 2005) como se pode facilmente verificar no Kama Sutra e suas gravuras de 2.500 antes de Cristo, ou na Grécia com os ritos ao deus Dionísio (LOPES, 2005). Dada a disseminação da pornografia hoje é praticamente impossível fugir de seus impactos, sendo todos afetados por ela de alguma forma, quer direta, quer indireta (IRELAND, 2010).

Assim, desde que as empresas de entretenimento adulto começaram a compartilhar seu conteúdo online, os usuários de material pornográfico ganharam muito em privacidade, pois ainda há uma luta de aceitação social atrelada ao seu consumo (DARLING, 2014). Embora haja toda uma discussão e julgamento moral que acompanham esses materiais, seu uso é uma realidade presente no dia-a-dia de milhares pessoas ao redor do mundo. Desse modo, o consumidor online, não precisa mais associar seu consumo em público nem ter que lidar com produtos tangíveis como revistas e se expor comprando algo numa banca ou livraria. Com a privacidade do ambiente online, o conteúdo ficou mais acessível, ganhando escala internacional (DARLING, 2014) de forma que parece evidente que existe uma relação estreita entre o consumo da pornografia e a evolução dos meios de comunicação (TIERNEY, 1994).

Segundo Barbosa (2005), duas definições que chamam a atenção quando o Brasil retratado é “jeitinho brasileiro” e “país dos jeitinhos”. Com um povo extremamente metafórico, o Brasil, possui muitos desses conceitos apresentados por Certeau arraigados no dia-a-dia de sua população e, nessa perspectiva, isso afeta sua forma de consumo. Para consumir produtos em situações de altas barreiras como no trabalho, por exemplo, local de bastante vigilância, o usuário deve encontrar maneiras de driblar esses impedimentos e efetivar o seu consumo. Podem existir milhares de configurações de consumo realizadas nessa perspectiva, assim, para entender melhor o consumo do material pornográfico pode-se

associar o conceito de brechas de Certeau (1994). Certeau (1994) apresenta o caso de uma fábrica em que os trabalhadores utilizam as sucatas do trabalho a fim de criar artesanatos para seus familiares e amigos, o que chama de “mil maneiras de ‘fazer com’”. Segundo o autor, utilizar as sucatas não pode ser considerado um roubo, pois essas são os restos dos materiais não utilizados que irão para o lixo sem nenhuma utilidade. No entanto os trabalhadores criam artesanatos na hora do expediente com essas sucatas. Um ponto central discutido por Certeau (1994) é que utilizar as sucatas não é roubo, uma vez que já iriam para o lixo, entretanto, o tempo em que os trabalhadores gastam fazendo essas artes durante seus momentos de produção pode ser considerado uma forma astuciosa de domínio sobre o próprio tempo. Na fábrica, utilizando as sucatas, os operários criam artesanatos, competem entre si com essas criações, usam de novas artes e astúcias de forma que um acoberta o outro, tornando-se cúmplices nas tarefas e escapando a um controle estrito da fábrica. É de tal maneira que conseguem manter esse sistema de criação e de produção se valendo dos recursos do próprio sistema em que estão inseridos. Nesta perspectiva, o autor atenta e analisa como esse comportamento dos operários gera uma divisão tênue de trabalho entre a produção dessas artes e a produção normal que devem desempenhar diariamente, homogeneizando essas duas ações. Assim, nessa cumplicidade dos trabalhadores dentro do local de trabalho, as táticas vão se difundindo para camuflar a produção das artes com sucata dentro da produção normal. Para que isso não ocorra (o desvio do tempo de trabalho para a produção nas brechas com a sucata), o autor aponta o fato de existir controle da produção, como bem se sabe. Porém como os operários formam grupos e um acoberta ao outro, esse controle é contornado e se torna pouco ou mesmo nada eficaz. Os trabalhadores operam no que o Certeau chama de brechas durante seu trabalho. As brechas nesse sistema de produção e controle do trabalho são utilizadas para o consumo do tempo dos trabalhadores que fazem uso das sucatas para produzir seus artesanatos. As brechas são, portanto, a forma peculiar de que os operários se utilizam para driblar os controles formais que existem no trabalho - como a supervisão - e fazer uso das sucatas para produzir seus artesanatos, cumprir seus objetivos e não os da organização.

A pornografia é um dos usos recreativos mais difundidos nas redes virtuais (Róman, 2000) e a internet foi considerada uma tecnologia crucial para sua proliferação, pois foi o que permitiu que qualquer pessoa com acesso à internet pudesse visualizar conteúdos pornográficos (Román, 2000).

“A internet há muito tempo (em nossa atual noção de tempo) deixou de ser uma mídia para se tornar um ambiente orgânico, uma brecha virtual no

espaço-tempo no qual temos experiências de entretenimento, de troca e acúmulo de informações atemporais, de comunicação assíncrona e de compras baseadas em bits.” (Vaz, 2011, p. 149).

Levando em consideração o que foi exposto, o presente trabalho apresenta uma reflexão sobre o consumo de pornografia online a partir de lente de análise fundamentada nos conceitos de brechas, táticas e astúcias de Certeau (1994).

Conceito de Brechas Segundo Certeau (1994)

Em seu livro, Certeau (1994), analisa o comportamento dos operários de uma fábrica que utilizam a sucata da mesma para benefício próprio e foca na produção e no consumo no dia-a-dia do operário. Ele chama a atenção do leitor para pequenos comportamentos que não conseguem ser fiscalizados e interceptados, que, segundo ele, são comuns a qualquer trabalhador. O autor aborda bastante a questão das astúcias do dia-a-dia disponíveis para qualquer pessoa. Nesta perspectiva Certeau (1994) analisa a maneira como os operários utilizam o tempo em serviço para criar peças artesanais com as sucatas que o sistema de produção descarta. Como os operários estão debaixo de supervisão na linha de produção, os mesmos devem encontrar formas para utilizar as sucatas e produzir suas peças e este consumo do tempo de trabalho, segundo o autor, é realizado através de um sistema que ele denomina de brechas. Essas brechas são encontradas no sistema para a realização do consumo de sucatas e, assim, quase fazem a linha entre trabalho e lazer desaparecer. Embaçam, embaralham e instauram confusão em tal distinção. Desafiam a ubiquidade da vigilância ao se valerem dos recursos do próprio sistema de produção para atingir finalidades pessoais e não do sistema vigilante de produção e comercialização.

Como assegura Certeau, em sua crítica a Foucault, “se é verdade que por toda parte se estende e se precisa da rede de ‘vigilância’, mais urgente ainda é descobrir como é que uma sociedade inteira não se reduz a ela”.

Certeau (1994) para argumentar sobre essa nomenclatura usada analisa o exemplo dado do “trabalho de sucata” na qual um trabalhador de uma fábrica utiliza as sucatas – que não são bens nem recursos (Yudice, 2004), mas restos – para ser o próprio artista e montar seus próprios trabalhos. Ele mostra que, apesar de utilizar recursos da fábrica, esse operário não subtrai dela bens, pois são somente sucatas já descartadas, porém subtrai o tempo. Esse operário, então, trapaceia o tempo supervisionado com a ajuda de outros trabalhadores, para fazer suas obras gratuitas e dá-las a familiares e outros colegas. Afirma que “apesar das medidas tomadas para reprimi-lo ou escondê-lo, o ‘trabalho com sucata’ (ou seus

equivalentes) se infiltra e ganha terreno” (CERTEAU, 1994, p. 91). Assim chega ao ponto de defender que já não há mais um corte entre o lazer e o trabalho, mas há momentos em que eles se homogêizam. Para que superem essas barreiras no trabalho para o consumo de sucata, os operários buscam ativa e astutamente as brechas na vigilância acobertando-se mutuamente. Certeau (1994) sugere que deve ser montada uma política que aborde e fale dessas astúcias e aponta que para que tudo isso ocorra, os trabalhadores desenvolvem táticas desviacionistas e, assim, não obedecem de maneira plena as leis que são estabelecidas no local de produção. Dessa maneira, não seguindo as regras oficiais, criam-se costumes e táticas que são passadas, acobertadas, e mesmo em um lugar cheio de barulho e produção centralizada, gera-se um consumo não oficial, formas alternativas de uso, que manipulam as regras de forma marginal e astuciosa.

Sob essa ótica, fica evidente que o consumo pode ser realizado em brechas, principalmente quando o mesmo encara muitas barreiras. Essas brechas podem ser um momento durante uma tarefa, ou até mesmo algo simultâneo a outra atividade. A questão é que todas as pessoas estão sempre envolvidas em atividades, trabalho e situações de vigilância e para que o consumo aconteça, os consumidores precisam encontrar suas brechas para efetivá-lo. No caso dos consumidores de pornografia, esse conceito se amplifica, pois, apesar de ser uma prática comum a muitas pessoas, seu consumo está atrelado a avaliação moral negativa e submetidos, portanto, a vigilância. O consumidor de pornografia deve, em muitos momentos, driblar essa supervisão – consideradas as barreiras em seu uso - para poder consumir o material pornográfico online, portanto.

Outro conceito bastante interessante utilizado por Certeau é o da bricolagem. Oriunda de um termo francês, *bricolage*, é a ação de fazer um manual de improviso, realizado através de diversos outros materiais (Houaiss, 2009). Para Certeau a bricolagem é composta por métodos para driblar barreiras ao consumo com inovação e criatividade, para fazer algo novo e de maneira improvisada utilizando-se do que se tem no momento. É manifestação tanto da astúcia do pequeno – do que não exerce poder e é passível de controle - como manifestação da improvisação, do não previamente planejado, do que é adaptativo e contextual.

Esse estudo, a seguir, irá analisar quais são essas brechas utilizadas pelos usuários de pornografia para ter acesso ao conteúdo online. Utilizando os conceitos de Certeau (1994) como lente teórica se pretende analisar como a bricolagem, quer pela face da

improvisação, quer pela da astúcia são adequadas á análise do consumo de pornografia online.

Métodos e Procedimentos de Coleta e de Análise de Dados do Estudo

Este trabalho possuiu três etapas de coletas de dados no campo e visam identificar as barreiras e entraves ao consumo de pornografia online e investigar e compreender de que forma os consumidores de pornografia online driblam tais barreiras/constrangimentos. Na primeira etapa, foram realizadas entrevistas semi estruturadas de caráter exploratório que tinham como foco verificar se os usuários de pornografia online percebiam barreiras/constrangimentos em seu consumo de pornografia, conhecer quais eram essas barreiras e se utilizavam métodos para driblar essas barreiras, além de identificar tais métodos via análise de conteúdo das falas dos entrevistados. Foram entrevistadas 40 consumidores de pornografia online. Ainda de cunho exploratório, uma segunda etapa de pesquisa consistiu na netnografia. Esta etapa objetivou ser um complemento da primeira etapa, para a identificação de mais pontos de interesse no que diz respeito às brechas e formas de controlar a vigilância, sendo uma opção importante de coleta de dados para a ampliação das listas que foi elaborada a partir das respostas das entrevistas. Os sites selecionados para o monitoramento foram páginas online que continham debates e trocas de informações sobre o assunto por consumidores de pornografia, na qual os autores monitoraram as respostas sem interagir com os participantes, apenas como observadores. Foi observado que existiam muitos fóruns e debates entre pessoas que em algum momento de sua vida consumiram material pornográfico e que, ao abandonarem o consumo, compartilhavam suas experiências com outros usuários que desejavam fazer ou fizeram a mesma coisa. Foram observados depoimentos, trocas de informações e conversas que se mostraram muito ricas em termos de conteúdo, clareza da escrita e detalhes para a coleta de dados nesta etapa de pesquisa no campo. Outra fonte enriquecedora nessa etapa foram os fóruns sobre como parar de assistir pornografia.

A terceira etapa, descritiva, constou da distribuição de questionário estruturado em que se obteve 79 respondentes, todos consumidores de pornografia online. Aqui usou-se análise de frequência das categorias identificadas nas etapas exploratórias de pesquisa.

Apresentação e Análise dos Resultados

Dos 40 entrevistados, 29 dos respondentes foram do sexo masculino e 11 do sexo feminino. Na primeira pergunta (Você sente que existem barreiras/constrangimentos para seu consumo de pornografia?), 24 homens e 10 mulheres afirmaram sentir barreiras em seu

consumo de pornografia online, ou seja, oitenta e cinco por cento responderam afirmativamente. Dos 5 homens que afirmaram não perceber barreiras em relação ao seu consumo, 2 eram os mais velhos dentre os entrevistados, e 4 desses ultrapassavam a idade média de respondentes masculinos. A única mulher que disse não sentir barreiras também era a mais velha dentre as entrevistadas. A seguir se solicitou aos entrevistados que comentassem quais são essas barreiras, citando exemplos. 16 dos 24 entrevistados do sexo masculino apontaram “julgamento moral” como barreira. Os tipos de barreiras citados mais frequentemente e as explicações associadas a essas citações, permitem concluir que a barreira tem muito a ver com a pessoa estar cercada por outras pessoas, muitos dão exemplos que remetem a sua casa e seus familiares. Outras respostas que apareceram entre os homens foram: “família”, “tabu”, “vergonha familiar”, “os outros”. Ao analisar as respostas das mulheres, 5 (cinquenta por cento) mencionaram “tabu”. Quando perguntadas sobre o que seria esse tabu, as explicações a entrevistada 1 argumentou: “eu acho que pra mulher, assim, ainda é uma coisa que é muito. As pessoas têm muito preconceito, é meio que um tabu, porque pro homem tá tudo bem, sabe?”; a entrevistada 2 também argumenta de maneira similar: “Eu acho que pela parte da mulher isso é muito maior, é um tabu muito maior. Porque para o homem consumir esse tipo de material é muito normal e é falado em todos os lugares, mas com a mulher existe uma repressão”. Outra fala, da entrevistada 8 também se aproximou bastante dos argumentos anteriores: “Eu acho que principalmente por ser do sexo feminino. Há bastante tabu relacionado a esse quesito, né? É mais que preconceito”. As demais entrevistadas quando não responderam dizendo ser um tabu, falavam sobre julgamento moral e sempre comparando seu consumo de pornografia ao consumo masculino. Ao todo, foram citadas 36 barreiras diferentes, agrupadas em onze categorias conforme a tabela 1.

Tabela 1: Barreiras identificadas ao consumo de pornografia online

Categorias Barreiras/ Constrangimentos
A possibilidade de o conteúdo visto ser descoberto por alguém ao compartilhar celular, computador, <i>tablet</i>
Autojulgamento
Constranger outra pessoa (não assistir perto de alguém em respeito a pessoa para não constrangê-la)
Consumo de pornografia é algo íntimo
Dificuldade de achar material específico
Entristecer pessoas próximas
Julgamento moral da sociedade
Medo de ser pego por alguém

Pegar vírus digital no aparelho utilizado para consumir pornografia
Ser rejeitado pelas pessoas
Vergonha

Certeau (1994) mostra como mesmo com toda supervisão os operários criam métodos para driblar as barreiras e realizar seu consumo, criando suas táticas e fazendo seu consumo das sucatas nas brechas em que conseguem driblar essa supervisão. Similar acontecimento ocorre com os consumidores de pornografia. Eles identificam essas barreiras, em sua maioria barreiras vinculadas às pessoas e sua inserção em um contexto cultural. Nada foi mencionado, por exemplo, a estado do tempo (se chuva, sol, etc.), condições financeiras, ou outros fatores limitantes. As barreiras diziam respeito, portanto, a vigilância. Analisando as 5 barreiras mais citadas, pode-se perceber isso: julgamento moral, constrangimento, tabu, barreira social e moral da sociedade, comportamentos e situações atrelados à cultura local, a um sistema de valores situado no tempo e espaço. De acordo com Solomon (2011), a teoria do julgamento social afirma que as pessoas tendem a assimilar informações novas a partir de um repertório de informações e valores previamente introjetados, que lhe são, portanto, alinhados com o que elas previamente já conhecem e sentem. Um aspecto importante para a compreensão dessa teoria é levar em consideração a dimensão em que as pessoas avaliam algo como aceitável ou não aceitável. O respondente 12 afirma: “Constrangimento só quando você vai falar em público, mas todo mundo usa isso. ... talvez possa ser uma coisa publicamente mal vista, mas todo mundo tem o seu horário de se divertir um pouquinho.” O entrevistado 12, dá a perceber que o consumo de pornografia é tido como um consumo mal visto, porém, em alguns momentos propícios ele mesmo, inserido nessa mesma cultura que reprova esse consumo, consome e tem isso como um momento de diversão. Na fábrica, o mesmo ocorre, os operários sabem que não devem se dedicar a bricolagem, mas consomem as sucatas em momentos oportunos para sua diversão e não tem isso como algo errado.

Perguntou-se em seguida: Quais são os métodos que você utiliza para driblar essas barreiras/constrangimentos e assistir pornografia online? Das respostas foram identificadas 32 táticas posteriormente agrupadas nas categorias listadas na Tabela 2.

Tabela 2: Táticas para consumir pornografia online.

Táticas para consumo de pornografia online
Consumir pornografia em qualquer local desde que sozinho
Consumir pornografia somente em casa
Consumir pornografia em um local privado desde que sozinho
Consumir pornografia via celular em algum momento oportuno
Consumir pornografia via notebook em algum lugar oportuno

Consumir pornografia via <i>tablet</i> em algum momento oportuno
Consumir pornografia à noite ou de madrugada
Utilizar navegadores que não marcam histórico.
Não permitir que outra pessoa utilize o dispositivo em que você consome material pornográfico online
Consumir pornografia junto a outra pessoa namorado(a), esposo(a), parceiro(a)

Foi interessante notar que todos os entrevistados falaram com bastante clareza e rapidez seus métodos de burlar a vigilância mostrando, assim, que não apenas desenvolviam maneiras para driblar as barreiras percebidas como se orgulhavam de suas táticas. Certeau (1994) sugere que deve ser montada uma política que aborde e fale dessas astúcias e aponta que para que tudo ocorra, os trabalhadores desenvolvem táticas desviacionistas e assim, não obedecem de maneira plena ao controle pretendido no lugar.

Com as entrevistas foram identificados também os principais tipos de pornografia online consumidos, listados na Tabela 3.

Tabela 3: Tabela de tipos de materiais pornográficos online.

Tipos de Materiais Pornográficos Online
Fotos
Vídeos ou Filmes
Stripers Online
Contos Eróticos
Áudio Conto Erótico
Salas ao Vivo de Pornografia Online
Bate-Papo Pornô
Aplicativos Eróticos

Na sequência a netnografia teve como objetivo complementar a etapa de pesquisa anterior. Assim, buscou-se através da análise dos fóruns, informações complementares que não tinham sido exploradas na primeira pesquisa com as entrevistas. Foram analisados 15 depoimentos de pessoas diferentes que continham informações com alto grau de detalhe e clareza. Por exemplo o Pesquisado 12, ao justificar sobre os métodos por ele utilizados no seu consumo de pornografia online e defender esses métodos como confiáveis (ele dizia que assistia pornografia online escondido somente em casa) foi: “Em casa você tem brechas.” Outro comentário interessante foi do Pesquisado 2 que afirmou: “Estabeleci métodos de fuga para quando tivesse vontade (de consumir pornografia online)”. Nesta etapa, o material analisado terminou por complementar em parte as categorias identificadas nas entrevistas previamente. Foram adicionadas nessa etapa 3 categorias em

barreiras/constrangimentos: julgamento religioso, vergonha e timidez e uma categoria em métodos nas listas elaboradas, driblar bloqueador de site .

Na etapa descritiva com os questionários ao todo a amostra contou 79 respondentes. Sendo 61 homens e 18 mulheres todos consumidores ativos de pornografia online. A primeira pergunta questionava tal como nas entrevistas, se os consumidores de pornografia online percebiam barreiras em seu consumo, e todos afirmaram sentir barreiras e/ou constrangimentos em seu consumo de pornografia online. Assim, confirmou-se o que foi achado nas entrevistas e na varredura de dados na netnografia, que os consumidores de pornografia, majoritariamente, percebem barreiras atreladas ao seu consumo.

Em seguida a partir de lista das barreiras levantada nas etapas exploratórias de pesquisa se solicitou que os respondentes ordenassem, a partir da importância percebida, as barreiras ao consumo, resultados condensados na tabela 3.

Tabela 3: Principais obstáculos ao consumo de pornografia online

#	Barreira Citada	Média	Desvio padrão
1	Medo de ser pego por alguém	3,77	2,89
2	A possibilidade do conteúdo visto ser descoberto por alguém ao compartilhar celular, computador, <i>tablet</i>	4,63	2,69
3	Constranger outra pessoa (não assistir perto de alguém em respeito a pessoa para não constrangê-la)	5,24	2,97
4	Consumo de pornografia é algo íntimo	5,73	3,23
5	Pegar vírus digital no aparelho utilizado para consumir pornografia	5,76	3,84
6	Vergonha	6,81	3,94
7	Julgamento moral da sociedade	7,43	3,17
8	Autojulgamento	7,52	3,77
9	Ser rejeitado pelas pessoas	8,08	2,58
10	Piada de amigos	8,29	3,06
11	Dificuldade de achar material específico	8,34	3,77
12	Entristecer pessoas próximas	8,44	3,45

Nos resultados se destaca a questão de que as tres barreiras tidas como mais importantes possuem respostas mais homogêneas (desvios-padrão menores) e todas dizem respeito a vigilância e , portanto, remetem diretamente às contribuições teóricas de Certeau (1994) sobre vigilância e controle e sobre o papel das brechas para viabilizar táticas de consumo utilizando-se das brechas.

Na sequencia se questionava se os participantes possuíam algum método para driblar as barreiras/constrangimentos percebidos, em que também houve unanimidade nas

respostas de que todos se valiam de formas imaginativas para driblar as barreiras, também confirmando os resultados encontrados nas etapas exploratórias de pesquisa e da pertinência da base conceitual de Certeau na análise da pornografia online.

A seguir se perguntou quais seriam os métodos utilizados para driblar as barreiras ao consumo. Aqui foi oferecido aos respondentes a lista de respostas construída a partir das entrevistas e netnografia e podem ser vistas na tabela 4. A soma de respostas é bem maior que o número de participantes pois esta era uma pergunta de escolha múltipla.

Tabela 4: Formas de driblar a barreira ao consumo de pornografia online

Resposta	Frequência	%
Consumir pornografia somente em casa	54	68%
Utilizar ao consumir material pornográfico navegadores que não marcam o histórico	48	61%
Apagar histórico de navegadores dos dispositivos utilizados no consumo de material pornográfico	41	52%
Consumir pornografia via celular em algum momento oportuno	32	41%
Consumir pornografia em um local privado desde que sozinho	27	34%
Consumir pornografia de madrugada (após 0h)	25	32%
Consumir pornografia a noite (entre 18h e 0h)	22	28%
Consumir pornografia em qualquer local desde que sozinho	20	25%
Consumir pornografia via notebook em algum momento oportuno	17	22%
Consumir pornografia junto a outra pessoa (namorado(a), esposo(a), parceiro(a), etc.)	12	15%
Consumir pornografia via tablet em algum momento oportuno	9	11%
Burlar o bloqueador de site para assistir pornografia online	5	6%
Não permitir que ninguém utilize o dispositivo que você usa para consumir material pornográfico online	5	6%
Outro	0	0%

O primeiro fator importante a ser destacado em tais resultados é que a opção “outros” não foi marcada, forte evidência de que a lista construída na etapa exploratória de pesquisa se apresenta suficientemente completa.

A resposta mais selecionada pelos entrevistados, com 56 respostas (78%), foi “consumir pornografia somente em casa”. O que reafirma a concepção de .Vaz (2011, p.

91) de que o melhor ponto para vários processos de consumo online “sempre foi dentro da casa do consumidor, mas ele não estava acessível até agora.”

Outra conclusão importante da análise desta questão é que um consumidor se vale de um arsenal de táticas (média de 5 por respondente) para driblar os obstáculos ao consumo, o que também reforça a lente de análise selecionada a partir de Certeau (1994). Um arsenal de táticas destaca a imaginação, a improvisação, o uso de brechas e o contexto na hora de se escolher a forma de driblar a vigilância e a intenção de controle. O leque de táticas aponta também para a mobilização da astúcia de que fala Certeau por ocasião da seleção de uma tática para consumir. Seguindo adiante, as respostas também mais marcadas foram “utilizar ao consumir material pornográfico online navegadores que não marcam o histórico” e “apagar o histórico dos navegadores...”. Ao se observar os métodos mais selecionados, nota-se que o consumidor quer ao máximo passar despercebido, não ser visto ou notado. Este comportamento pode ter relação com a barreira mais percebida que foi “medo de ser pego por alguém”. As percepções de risco são baseadas, pelos consumidores, baseada na probabilidade de ocorrerem resultados negativos vinculados a esse consumo e o grau de negatividade desses resultados (LOVELOCK, 2006).

Outras respostas remetem a lugares ou momentos oportunos. A internet certamente facilitou muito seu o uso. Para Vaz (2011), o agora do consumo é na hora e no lugar que o consumidor escolhe e é imediato. Ainda de acordo com Vaz (2011), depois do advento e da disseminação da internet, as interações dos consumidores se ampliaram. Os pontos de contato agora são o celular, o tablet e outros diversos meios. Tal variedade de interações dificulta tanto a vigilância como traz a sensação de que se está sozinho na multidão (Simmel, 1993) e que se caminha para sair do controle. A sensação é de que, ao entrar nas casas (e também a pornografia), em cada lar, não há mais barreiras de tempo e espaço no mundo digitalizado, pois a internet tratou de derrubá-las, uma a uma. Agora tudo pode ser “a qualquer momento, em qualquer lugar” (VAZ, 2011). Conectividade é estar conectado e isso é muito importante no universo da mídia social (STRAUSS, 2012). Todos os métodos foram marcados e foram selecionados em mais de uma vez por cada respondente. Mais uma vez está etapa de pesquisa validou o que foi encontrado na etapa anterior: os consumidores de material pornográfico percebem conscientemente em seu consumo barreiras e usam de métodos para driblar essas barreiras e consumir o material e a ferramenta que os permite ter uma maior facilidade é a internet banda larga.

Conclusão

A partir da análise da base conceitual de Certeau (1994), nota-se que os operários desenvolveram métodos para montar as artes consumindo as sucatas baseando-se nas barreiras que percebem. Para lidar com a vigilância a que estão submetidos os operários monitoram onde a fiscalização se encontra para escapar aos efeitos da vigilância e bricolagem usando a sucata, seu tempo de trabalho. Usando a rede de comunicação informal na fábrica os operários astutamente selecionam maneiras de escapar ao controle. Essa rede tornou quase impossível uma fiscalização eficaz. Com os consumidores de pornografia online verificou-se que os mesmos percebem barreiras atreladas ao seu consumo e que, a partir dessas barreiras percebidas, criam métodos para driblá-las, evidenciando o mesmo comportamento dos operários da fábrica de acordo com Certeau (1994). Assim, pode-se afirmar que, nos dois casos, as barreiras percebidas são o pivô na criação dos métodos desenvolvidos.

Assim as brechas no consumo tanto dos operários como na pornografia online se articulam a partir de três fatores combinados:

1. Tempo oportuno: analisa a maneira que os operários e consumidores utilizam o tempo em serviço para criar peças artesanais com as sucatas escapando da supervisão e vigilância;

2. Local propício: A fábrica é o local ideal pois lá estão as sucatas; no consumo de pornografia a rede é o local por excelência para se escapar da vigilância;

3. Métodos desenvolvidos: Como os operários estão debaixo de supervisão na linha de produção, os mesmos devem encontrar formas para utilizar as sucatas a fim de produzir suas peças de uma forma semelhante a que se consome pornografia online: a bricolagem e seu contexto imediato em que mobilizam variedade de táticas a partir da astúcia e improvisação.

As brechas, sob essa ótica, são uma combinação entre o local propício (espaço físico ou virtual), o tempo oportuno e o método/tática imediatos postos em prática. Analisando as respostas e conexões realizadas na etapa exploratória e confirmadas posteriormente na etapa descritiva, pode-se dizer que as brechas no consumo de pornografia online também são uma combinação em que esses três fatores se alinham: o local propício (espaço físico e virtual), o tempo oportuno (momento) e o método/tática posto em funcionamento pelo consumidor de pornografia online, sendo a internet o elo que conecta esses três fatores. Ou seja, quando o tempo oportuno e o espaço oportuno se alinham de maneira que o

consumidor de pornografia online consegue aplicar seu método desenvolvido, a internet se torna uma arma poderosa para a consumação deste consumo, o consumo em brechas.

Nessa mesma maneira, Slater (2002) menciona que brechas parecem ser espaços de rebelião e são como um local não arenoso, antes firme, e com bastante determinação pessoal nesse consumo. Slater (2002) também afirma que o consumo parece ser feito em brechas. O que o autor chama de ‘mil maneiras de fazer com’” (CERTEAU, 1994), são esses pequenos comportamentos atrelados ao consumo na vida de um operário e do consumidor de pornografia online.

Na etapa exploratória com as entrevistas, muitos dos respondentes, 85%, afirmaram perceber barreiras em seu consumo de pornografia online. Desses entrevistados, todos também afirmaram possuir métodos para interpor essas barreiras e consumir o material. Quando perguntados quais eram, todos sem exceção respondiam. Na netnografia, muitos consumidores, nos fóruns de trocas de informações também afirmaram sentir barreiras em seu consumo e possuir métodos para interpô-las. Na etapa descritiva, 100% dos respondentes igualmente afirmaram enfrentar barreiras e desenvolver métodos para driblá-las. Todas as respostas envolviam a combinação variável tempo, espaço e método utilizado, sendo a internet o elo conector.

Assim, com base na análise aqui empreendida podemos afirmar que a base conceitual de Certeau (1994) se apresenta como muito produtiva para descrever e explicar, ao menos em parte, tanto as motivações como as formas pelas quais os consumidores de pornografia online consomem: eles se utilizam das brechas na vigilância que identificam. O fazem, também segundo o conceito de Certeau (1994) mobilizando uma variedade de táticas diferentes de que lançam mão de forma não planejada. Usam de capacidade de improvisação, das ‘mil maneiras de fazer com’ usando-se suas astúcias para selecionar as táticas a serem utilizadas no momento. E mesmo com a vigilância e intenção de controle sobre seus comportamentos, logram consumir pornografia online, ou seja, atingem seus objetivos ao arripio dos mecanismos de repressão que enfrentam. Se valem, tal como afirma Certeau (1994) ‘das astúcias dos pequenos’.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Livia. **O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros**. Campus, 2005. Disponível em: < <https://www.scribd.com/doc/95478813/BARBOSA-Livia-O-jeitinho-brasileiro> >. Acessado em: 18 de abril de 2016.

BARRETO, Angela Maria. **Informação e conhecimento na era digital**. Transformação, Campinas,

17(2): 111-122, mai/ago. 2005. Disponível em: <<http://periodicos.puc-campinas.edu.br/seer/index.php/transinfo/article/view/695/675>>. Acesso em: 27 de setembro de 2015.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

DARLING, Kate. **Ip without ip? A study of the online adult entertainment industry**. Stanford Law School. 17 STAN. TECH. L. REV. 709 (2014). Disponível em: <https://journals.law.stanford.edu/sites/default/files/stanford-technology-law-review/online/ipwithoutip_1.pdf>. Acesso em: 28 de setembro de 2015.

ENGEL, James F.; BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W. **Comportamento do consumidor**. 8ª ed. – Rio de Janeiro: Livros técnicos e científicos Editora S.A., 2000.

GADE, Christian. **Psicologia do consumidor**. São Paulo: EPU, 1980.

HOUAISS, Antonio. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

IRELAND, Judith. **Hard-core reality of porn**. Canberra Times, Canberra: Novembro, ed. 55,000, p.28, 11 junho. 2010. Disponível em: <http://patchenbarss.com/wp-content/uploads/2011/06/canberra_review.pdf>. Acesso em: 25 de setembro de 2015.

LOVELOCK, C.; WRIGHT, L. **Serviços, marketing e gestão**. 1ª ed. – São Paulo: Saraiva, 2001.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. 2ª ed. – São Paulo: Cortez, 2000. Disponível em: <http://patchenbarss.com/wp-content/uploads/2011/06/canberra_review.pdf>. Acesso em: 28 de setembro de 2015.

ROMÁN, G. **O Eros Eletrônico**. Lisboa: Editorial Noticias, 2000.

SIMMEL, Georg. **O Estrangeiro**. In: MORAIS FILHO, E. de (org.). Georg Simmel: Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

STRAUSS, Juddy; FROST, Raymond. **E-marketing**. 6ª ed – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

TIERNEY, John. **Porn, the Low-Slung Engine Progress**. The New York Times, 9 de janeiro, 1994. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1994/01/09/arts/porn-the-low-slung-engine-of-progress.html?pagewanted=all>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte, Ed. UFMG, 2004.

VAZ, Conrado Adolpho. **Os 8 Ps do marketing digital: o seu guia estratégico de marketing digital**. 1ª ed. – São Paulo: Novatec Editora, 2011.