
A desumanização do feminino no mercado de entretenimento adulto em rede. A mulher ideal está em algum lugar entre Emily Pellegrini e Alicia Code?¹

Carolina Stephany de Souza CASSOLI²
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

Esta pesquisa busca evidenciar a relação desenvolvida entre o fenômeno socioeconômico da plataformização do trabalho e a desumanização de mulheres que atuam no *webcamming* – um dos braços do mercado do sexo no digital –, através da análise qualitativa do contexto em que “mulheres ideais” geradas por Inteligência Artificial emergem como *camgirls*, gerando novas identidades digitais. A partir da observação do surgimento destas figuras, observou-se que há um padrão na elaboração destas mulheres. Concluiu-se, portanto, que a existência destas figuras contribui para a redução do corpo feminino às performances de gênero sugeridas por Butler (2023).

PALAVRAS-CHAVE: *webcamming*; inteligência artificial; plataformização do trabalho; corpo; gênero.

Introdução

Marcada pela predominância da Inteligência Artificial (IA), a Quarta Revolução Industrial se desenrola segundo a aceleração tecnológica. A partir do desenvolvimento de novas tecnologias, especialmente as relacionadas à informação e comunicação (TICs) no digital, as soluções móveis tornaram-se parte da rotina diária das pessoas, influenciando, mediando e até mesmo determinando suas ações no que se pode chamar de “mundo real”.

No virtual, a consolidação de uma vida híbrida tem levado à reprodução das interações estabelecidas fora das redes, como a institucionalização de cenários, discursos e comportamentos que replicam as relações de poder que, assim como apontou Foucault (2004), atravessam todos os indivíduos e circulam entre eles.

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura (PPGCOM) da ECO/UFRJ, e-mail: carol.cassoli@ufrj.br.

No campo da cibercultura, por exemplo, Santaella (2003, p. 23) observa que o desenvolvimento estratégico das TICs evidencia mudanças nos costumes das pessoas, desde a maneira com que interagem, até na forma com que se entretêm. Sob o mesmo argumento, Suzina (2022, p. 30) aponta que as tecnologias digitais também são responsáveis por mudanças culturais significativas, levando a uma ruptura na realidade.

De uma perspectiva econômica, Magalhães e Vendramini (2018, p. 41) afirmam que, com a Quarta Revolução Industrial, novos modelos de negócios baseados nessa alta tecnologia têm potenciais diversos e antagônicos, podendo ajudar a reduzir a desigualdade em regiões subdesenvolvidas ou criar grandes monopólios globais, uma vez que são capazes de diminuir os custos de operação de grandes empresas, permitindo a potencialização de economias em escala. Aqui, o fenômeno da plataformação surge como “um novo tipo de gestão e controle da força de trabalho, também compreendida como uma tendência passível de se generalizar no âmbito das relações de trabalho” (Abílio, L. C.; Amorim, H.; Grohmann, R., 2021, p. 27) à medida em que o esfacelamento das relações trabalhistas se consolida como realidade em grande parte das profissões, espalhando-se cada vez mais para outras áreas da vida – que, em um regime neoliberal de vivências, confunde-se e resume-se constantemente ao trabalho.

Neste cenário, percebe-se o surgimento de novos nichos em mercados já consolidados. É o caso do mercado do sexo, que, dentre várias outras formas de existir, encontrou no *webcamming* mais uma maneira de se manter. Nesta profissão, as *camgirls*³ desempenham um trabalho relacionado ao sexo, através de sua exposição em plataformas de mídia sexual por meio de transmissões de vídeo interativas ou mesmo por meio do oferecimento de conteúdos que podem ser personalizados de acordo com o desejo do cliente (Cassoli, 2022).

Através deste contexto, uma série de atravessamentos contribui para a desumanização das *camgirls*, que, além de encararem diretamente um mercado de trabalho sem estrutura ou seguridade, também têm lidado mais recentemente com um novo fenômeno: o cadastramento de modelos geradas por IA nas plataformas de entretenimento adulto.

O objetivo deste estudo é, portanto, avaliar se este produto tecnológico contribui para a construção de novas identidades digitais, que, por sua vez, podem vir a favorecer a objetificação do corpo feminino. Para isto, observou-se o cenário em que duas

³ Profissionais de *webcamming*; majoritariamente mulheres.

personalidades geradas por Inteligência Artificial surgem na internet e como sua presença neste espaço de convívio digital repercutiu. A análise deu-se de acordo com uma metodologia quali-interpretativa e buscou se desenvolver como um estudo de caso, tendo em vista que os estudos de caso são mais flexíveis para a representação de objetos ainda em ascensão (Ventura, 2007).

Um corpo é um corpo?

Na pós-modernidade, os debates relacionados aos corpos perpassam, também, a sexualidade. Butler (2023) explica que o entendimento geral que se tem sobre o tema está relacionado, na verdade, a um debate circular voltado à compulsoriedade da tríade sexo/gênero/desejo, que guia a sociedade em direção a uma expectativa performativa binária e indivisível, forjada segundo o olhar masculino que, integrante deste quadro, subjuga não apenas o feminino, mas também quaisquer corpos dissidentes da estrutura normativa.

Simultaneamente, os corpos lidam, ainda, com sua inscrição subjetiva no neoliberalismo (Foucault, 2008), o que os leva a confrontar poder e cultura, provocando alterações no entendimento que eles têm sobre si e sobre sua sexualidade a partir de uma perspectiva indicativa do contexto social, político e econômico em que estão inseridos, para além do campo cultural; sendo este processo, portanto, um importante elemento formador de identidade (Parker, 2022). Contudo, a assimilação do corpo enquanto constructo social não se encerra na materialidade do sujeito. Para Donna Haraway (2000), os corpos não necessariamente se encerram na pele. Já Derrida (2021) afirma que a natureza se desfaz à medida em que o que existe é, na verdade, a naturalização ou desnaturalização de ações. Sendo assim, o corpo pensado enquanto limite transbordaria para além da territorialidade física.

No *webcamming*, estes limites são, de fato, ultrapassados e as subjetividades que demarcam os corpos das profissionais são desterritorializadas. Ainda assim, existentes em um contexto que reproduz as dinâmicas do “mundo real, estas mulheres convivem diariamente com os estigmas e as expectativas que as constituem enquanto sujeitos atrás das telas. Isto é, seguem fadadas ao que Butler (2023) chamaria de melancolia do gênero, mas também às pressões estéticas que surgem como conjunto integrante do molde que constitui o feminino. Não obstante, trabalham em um mercado que pode ser

tido como a epítome da hiper-materialidade farmcopornográfica assinalada por Preciado (2020).

A mulher ideal é real?

A partir do contexto apresentado, sugere-se, aqui, a observação do surgimento de duas personalidades virtuais distintas: Emily Pellegrini e Alicia Code, mulheres geradas por Inteligência Artificial para comércio de conteúdo em plataformas voltadas ao entretenimento adulto. A primeira delas, Emily Pellegrini, se destacou no início de 2024 ao se tornar tema da reportagem “Conheça a “modelo mais gostosa do mundo”, que tem chamado atenção de jogadores de futebol famosos, lutadores de MMA e bilionários – mas ela é tudo o que parece?”⁴, publicada no portal digital do jornal britânico Daily Mail.

Na ocasião, o mundo descobriu que Emily – até então, uma suposta modelo de 23 anos – na realidade havia sido criada há apenas quatro meses, através de parâmetros estabelecidos pelo chatbot ChatGPT ao receber a seguinte provocação: qual é a garota dos sonhos de um homem comum?

Antes disso, no entanto, sites de menor alcance, como o também britânico Daily Star (conhecido por ter uma página voltada à divulgação de imagens de mulheres bonitas), já haviam mencionado a existência da persona digital: “Linda ‘modelo’ arrecada US \$ 10 mil em seis semanas – mas há uma verdade assustadora por trás das fotos”.⁵

No Brasil, a descoberta de Emily (que, à época da publicação da reportagem no Daily Mail, contava com cerca de 200 mil seguidores no Instagram) foi vista com maior entusiasmo: “Conheça Emily Pellegrini, modelo criada por inteligência artificial que está arrebatando corações”⁶; “O que se sabe sobre Emily Pellegrini, a modelo que não

⁴ Disponível em: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-12877501/ai-model-footballers-billionaires.html>. Acesso em: 26. jun. 2024, às 17h23.

⁵ Disponível em: <https://www.dailystar.co.uk/real-life/gorgeous-model-rakes-10k-six-31427704>. Acesso em: 26 jun. 2024, às 17h38.

⁶ Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/conheca-emily-pellegrini-modelo-criada-por-inteligencia-artificial-que-esta-arrebatando-coracoes,33cf29e0e0ab255d2583e9b9771c9b743o9lpoex.html>. Acesso: 26 jun. 2024, às 17h46.

existe e enlouquece famosos e milionários”.⁷ A existência de Pellegrini repercutiu o suficiente para enfatizar que os brasileiros estavam alheios, por exemplo, à existência de sua própria modelo gerada por IA.

Criada pelo brasileiro Gustavo Magalhães (que se apresenta como especialista na área de IA e inovação), em agosto de 2023, Alicia Code é uma personalidade virtual cujo objetivo é, assim como no caso de Emily Pellegrini, gerar lucro através da comercialização de conteúdo erótico no digital. Para ambas, a porta de entrada na sociedade se dá pelas redes sociais, mais especificamente pelo Instagram, onde os primeiros conteúdos são publicados com a intenção de fisgar a clientela e direcioná-la para as plataformas de entretenimento adulto – espaço em que os conteúdos eróticos são adquiridos por assinatura. Enquanto Emily está associada à plataforma internacional Fanvue, no entanto, a imagem de Alicia está atrelada à Privacy, plataforma conhecida por enviar camisetas com sua logo para tornar suas modelos reais reconhecíveis. Apesar de virtual, Alicia também conta com sua própria camiseta como distintivo profissional.

E, embora uma seja morena e a outra loira, ambas são tidas como mulheres dos sonhos, com curvas acentuadas, magreza destacável, traços finos e suaves, e seios fartos. Todavia, para além dos desdobramentos que a existência destas personalidades no mercado do sexo no digital tem no que tange à lucratividade da profissão, como estas figuras impactam na formação de subjetividade das *camgirls* reais?

Essas personalidades atualizam e adaptam para o digital o “reinado supremo” da boneca Barbie, que, segundo Jaguaribe (2008), extrapola a dimensão recreativa do brinquedo e representa aspirações e desejos reais da sociedade. Mais que isso, as modelos geradas por Inteligência Artificial retratam a opacidade que há entre orgânico e inorgânico (ou real e virtual) na duplicação da figura humana (Jaguaribe, 2008, p. 344). Ou seja, ao ser bonequizado, o corpo feminino é enquadrado em um ideal performativo que só é atingido através da aquiescência a intervenções estéticas voltadas à alteração da imagem feminina (Leal; Bakker, p. 12).

Conclusão

⁷ Disponível em: <https://www.terra.com.br/byte/o-que-se-sabe-sobre-emily-pellegrini-a-modelo-que-nao-existe-e-enlouquece-famosos-e-milionarios,ddffb6bfe910509334b93dd10bb2dccbzcf54mc6.html>. Acesso: 26 jun. 2024, às 18h03.

Ao longo do estudo, identificou-se que a plataformização assume papel importante em três processos distintos, mas embricados: a desumanização do trabalhador vinculado às plataformas; a desterritorialização do trabalho; e a descaracterização dos vínculos subjetivos que constituem o indivíduo em rede e fora dela também. Olhando para este fenômeno pelo prisma do mercado sexual no digital, outros atravessamentos que podem ser considerados demarcadores das características do nicho avaliado foram observados.

Com o emergir de figuras geradas por Inteligência Artificial no *webcamming*, é possível perceber como a performatividade apontada por Butler (2023) é, de fato, um processo discursivo, em que a bonequização da mulher e a repetição do ideal inatingível de mulher perfeita se inscrevem no virtual para a consolidação, agora em rede, do entendimento sobre o que se espera do feminino. Entende-se que é a partir da naturalização da existência (e do consumo) de figuras como estas que se naturaliza o discurso acerca do corpo feminino, tornando o corpo bonequizado algo a se almejar e colocando à margem corpos que não atendam a este elevado (e inumano) padrão.

Mais que isso, ao esbarrar com Emily Pellegrini, Alicia Code ou qualquer outro modelo gerada por IA para entretenimento adulto, percebe-se que o recado é claro: a mulher perfeita é branca, magra, cara e inatingível. E o corpo feminino, no Brasil ou na Inglaterra, segue sendo viabilizador do lucro masculino.

Entende-se, então, que a demarcação das singularidades dos corpos reais torna-se fundamental enquanto ferramenta para o enfrentamento à imagem da “mulher ideal”/mulher bonequizada presente no imaginário popular.

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, L. C.; AMORIM, H.; GROHMANN, R.. Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. **Sociologias**, v. 23, n. 57, p. 26–56, 2021.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. 25. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2023.

CASSOLI, C. S. de S. **Reportagem: “Divina Comédia Humana - a realidade de garotas à frente - e atrás das câmeras”**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2022. 77p.

DERRIDA, Jacques. **Donner le temps II**. Seuil, 2021.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 23. ed. São Paulo: Graal, 2004.

FOUCAULT, M. **Segurança, território, população**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

HARAWAY, Donna. **Manifesto ciborgue**. Antropologia do ciborgue. Belo Horizonte: Autêntica, p. 33-118, 2000.

JAGUARIBE, B. Crônica da boneca desejada: fantasias da vida virtual. *In*: Antoun H, organizador. **Web 2.0: participação e vigilância na era da comunicação distribuída**. Rio de Janeiro: Mauad; 2008. p. 225-41.

LEAL, T.; BAKKER, B. A mulher bioquímica: invenções do feminino a partir de discursos sobre a pílula anticoncepcional. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, [S. l.], v. 11, n. 3, 2017.

MAGALHÃES, R.; VENDRAMINI, A. Os impactos da quarta revolução industrial. **GV-EXECUTIVO**, v. 17, n. 1, p. 40-43, 2018.

PARKER, R. Cultura, economia política e construção social da sexualidade. *In*: LOURO, G. L. **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 4.ed., Belo Horizonte: Autêntica, 2022.

PRECIADO, P. B. **Pornotopia: Playboy e a invenção da sexualidade multimídia**. Tradução de Maria Paula Gurgel Ribeiro. São Paulo: N-1 Edições, 2020.

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 22, 2003.

SUZINA, A. C. Mídias populares e assimetrias políticas na democracia brasileira em tempos de ruptura digital. *In*: PERUZZO, Cicilia; GABRIOTTI, Rodrigo; BERTI, O. **Trilhas e impactos da comunicação popular, comunitária e alternativa no Brasil**. Teresina: EdUESPI, 2022.

VENTURA, M. M. O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. *In*: **Revista SoCERJ**, v. 20, n. 5, p. 383-386, 2007.