

Dossiê: “Território, desejo e erotismo: cenas da vida sexual e libidinal no contexto brasileiro”

“Qual é o meu conteúdo? Prostituição!”: sexo, dinheiro e visibilidade entre os trabalhos sexual e digital no Instagram

Nayla Etlen Fonseca de Campos

Mestranda em Sociologia e Antropologia (PPGSA/UFGA)
nayllaetlen@gmail.com - <https://orcid.org/0009-0001-8736-3968>

Michele Escoura Bueno

Universidade Federal do Pará
escoura@ufpa.br - <https://orcid.org/0000-0002-8822-2032>

RESUMO

O uso das redes sociais por profissionais do sexo não é fenômeno novo, mas ao Norte do Brasil uma profissional conquistou especial notoriedade local, engajamento e milhares de seguidores ao divulgar detalhes cotidianos da sua rotina na prostituição. A partir de procedimentos metodológicos da antropologia digital, acompanhamos publicações desta profissional no período em que seu perfil estava em pleno crescimento no Instagram e, dos registros e transcrições de imagens e falas por ela divulgados em stories e posts, propomos uma análise de conteúdo que visa elucidar as estratégias com a qual ela constrói sua interação com seguidoras/es e cria narrativas sobre si e seu trabalho. Em sua produção de reputação e visibilidade, apontamos para como identidades e marcadores sociais são manejados em seu trabalho sexual realizado no trânsito entre o Norte e o Sudeste e analisamos os deslizamentos do trabalho sexual para o digital por ela operado em sua carreira.

Palavras-chave: Antropologia digital; Trabalho sexual; Instagram; Amazônia; Marcadores sociais da diferença

“What is my content? Prostitution!”: sex, money and visibility between sexual and digital work on Instagram

ABSTRACT

The use of social media by sex workers is not a new phenomenon, but in northern Brazil, a sex worker gained particular local notoriety, engagement, and thousands of followers by sharing daily details of her prostitution routine. Using digital anthropology methodologies, we followed this professional's posts during the period when her Instagram profile was booming. Based on the records and transcriptions of images and statements shared in stories and posts, we propose a content analysis that aims to elucidate the strategies with which she builds her interactions with followers and creates narratives about herself and her work. In her development of reputation and visibility, we highlight how identities and social markers are managed in her sex work, which she performs while traveling between the North and Southeast regions, and we analyze the shifts from sex work to the digital world that she has experienced throughout her career.

Keywords: Digital anthropology; Sex work; Instagram; Amazon; Social markers of difference.

“¿Cuál es mi contenido? “¡Prostitución!”: sexo, dinero y visibilidad entre trabajo sexual y digital en Instagram

RESUMEN

El uso de las redes sociales por parte de profesionales del sexo no es un fenómeno nuevo, pero en el norte de Brasil, una profesional logró especial notoriedad local, compromiso y miles de seguidores al divulgar detalles cotidianos de su rutina en la prostitución. A partir de procedimientos metodológicos de la antropología digital, seguimos las publicaciones de esta profesional en el período en que su perfil estaba en pleno crecimiento en Instagram y, a partir de los registros y transcripciones de imágenes y palabras divulgadas por ella en stories y publicaciones, proponemos un análisis de contenido que busca esclarecer las estrategias con las cuales construye su interacción con seguidoras/es y crea narrativas sobre sí misma y su trabajo. En su producción de reputación y visibilidad, señalamos cómo las identidades y marcadores sociales son manejados en su trabajo sexual realizado en el tránsito entre el Norte y el Sudeste, y analizamos los desplazamientos del trabajo sexual hacia lo digital operados por ella en su carrera.

Palabras clave: Antropología digital; Trabajo sexual; Instagram; Amazonas; Marcadores sociales de diferencia.

Introdução

Em dezembro de 2020, eu¹ realizava um trabalho temporário em uma loja de roupas localizada em um *shopping* de Belém, capital do estado do Pará, na Amazônia brasileira. Em mais um dia de trabalho, percebi uma movimentação diferente entre as vendedoras da loja. Elas riam alto enquanto olhavam para o telefone celular que uma delas segurava e diziam: “Essa *Beatriz*² é foda! ”. Por curiosidade, fui ver o que estava acontecendo e vi que o motivo das risadas era um *story*³ no *Instagram*⁴. No vídeo, um homem vestido com um roupão de banho dançava em um local com pouca luz e, atrás dele, aparecia uma barra de *pole dance*⁵. Perguntei de quem era o *story* e logo me responderam que era de uma garota de programa bem conhecida na região, a qual estava ficando “famosa”.

Este episódio gerou em mim curiosidade. Desde que havia chegado em Belém, vinda do interior do estado para viver sozinha na capital, o trabalho sexual parecia sempre me rondar. Fosse pelos comentários de conhecidos ao sugerir que, “se eu não conseguisse me manter na cidade com um trabalho formal, que eu era bonita o suficiente para oferecer serviços sexuais e ganhar dinheiro com isso sem muitos problemas”, ou fosse pelos insistentes contatos de desconhecidos, sempre homens mais velhos, que vinham com frequência ao meu Instagram com propostas de pagamentos para interações sexuais, o mercado sexual parecia estar sempre à minha espreita.

¹ Este texto deriva da pesquisa “Uma mãe, os clientes e algumas propagandas: entre prestígios e estratégias de ascensão na plataforma *Instagram*” desenvolvida por Nayla Etlen no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Pará e no grupo de pesquisa PUGNA – Etnografia, Poder e Socialidades sob orientação da Profa. Dra. Michele Escoura. Quando os dados forem apresentados a partir de relato em primeira pessoa, refere-se à experiência de campo da primeira autora.

² Pseudônimo utilizado para a garantia de anonimato.

³ O *Story* de *Instagram*, que pode ser traduzido como “história”, é utilizado como um meio para a publicação de fotos e vídeos que ficam disponíveis no perfil do usuário da plataforma, e pode ser visualizado apenas por um período de 24h.

⁴ O *Instagram* (IG) é uma plataforma de rede social de crescente utilização no Brasil e em outros países da América Latina. No país, são mais de 100 milhões de usuários da plataforma, inicialmente focada em compartilhamento de fotografias. Dados da Statista: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>. Acesso em 29.11.2023.

⁵ É uma forma de dança e ginástica realizada sobre barra vertical, muito associada a performances mais sensuais de dança.

A euforia das minhas colegas de loja com aquelas imagens aguçou minha curiosidade sobre Beatriz e dali comecei a seguir sua conta no *Instagram*, transformando os conteúdos de sua rede social em material de pesquisa para a elaboração, primeiro, de uma iniciação científica⁶ e, agora, de uma dissertação de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Pará. No decorrer deste trabalho, Beatriz passou de quase 50 mil seguidores no início da pesquisa, em julho de 2021, para mais de 70 mil quando finalizei as observações de campo em outubro de 2022. Não demorou muito tempo desde que me tornei sua “seguidora” para eu perceber que, para além de ela expor nos *stories* as imagens sobre sua vida como trabalhadora sexual, que chamavam tanta atenção das vendedoras da loja, ela fazia ainda uma ampla exposição da sua rotina de mãe, cuidando dos filhos e seus trabalhos domésticos. E foi exatamente essa exposição familiar que no início nos chamou atenção.

Em Belém, o trabalho de Jennefer Portela de Sales (2022) com trabalhadoras sexuais já havia apontado para as rápidas transformações do mercado sexual na capital paraense que, impactado pelas mudanças no meio comunicacional impulsionadas pela internet, abria-se agora ao que ela chamou de “esquinas virtuais”. Sob intensa apropriação das plataformas digitais, suas interlocutoras tinham a possibilidade de negociar serviços sexuais diretamente com os clientes, sem intermediações, e, ao mesmo tempo, seu trabalho mostrou como essas negociações, sendo feitas dentro das interações *online*, muitas vezes podiam garantir a elas formas de se manter anônimas até os encontros presenciais, e deslizarem, assim, entre atuações profissionais diferentes e separadas do serviço de “garotas”, sem levantar qualquer “suspeita” das atividades sexuais.

O uso que Beatriz fazia das plataformas digitais, ao contrário das interlocutoras de Sales, estava longe de buscar estratégias de anonimato. Ao que parecia, ela não tinha problemas em ser vista e em expor suas atividades profissionais no mercado do sexo belenense como, ainda, colocava até mesmo a identidade de seus clientes sob quase exposição. Mas o que ela queria tanto mostrar? Que parte de sua rotina como trabalhadora sexual ganhava tanta atenção a ponto de reunir uma multidão virtual de setenta mil pessoas acompanhando suas publicações? E, mais, como ela conseguia falar sobre suas atividades sexuais justamente em uma plataforma de rede social, cujos termos de uso proíbem

⁶ A primeira fase da pesquisa culminou na produção do Trabalho de Conclusão de Curso “Eu não sou [só] blogueira, eu sou puta!” trânsitos de reputações e prestígio entre os trabalhos sexual e digital na plataforma *Instagram*, defendido na Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Federal do Pará em 2023.

menções ao tema, tal qual o *Instagram*? Foi com essas inquietações em mente que começamos, então, a produzir essa pesquisa.

Apontamentos metodológicos

Nesta pesquisa, partimos da proposta de Christine Hine (2000), em seu livro *Virtual Ethnography*, de tomar a internet como um objeto cultural, incluída em um sistema simbólico, bem como a partir de uma visão particular dos sujeitos que nela se encontram e dela se aproximam para usos variados e concretos. Aqui, interessa-nos olhar com mais intensidade para como funcionam as *redes sociais*⁷ nas múltiplas maneiras de se construir esse uso, especificamente quando ele é atravessado por questões como o trabalho sexual.

Desta forma, levando em consideração a discussão feita por Beatriz Lins, Carolina Parreiras e Eliane Tânia Freitas (2020), ao considerarem que formas remotas de relacionamentos e até a digitalização da maior parte de nossas atividades diárias demandam complexificar nossas formas de análise a respeito dos múltiplos usos das tecnologias, por meio deste trabalho buscamos acompanhar e analisar o uso que Beatriz faz do *Instagram* em sua trajetória como trabalhadora sexual e em um período específico: durante sua ascensão pública. Passamos a observar os *stories* de Beatriz de modo mais sistemático e para fins de registro de dados, via aparelho de celular, a partir de nossas contas pessoais do *Instagram*. O objetivo era observar como essa trabalhadora sexual expunha sua vida cotidiana, sem nos limitarmos aos conteúdos que estivessem relacionados apenas ao tema do trabalho sexual.

Desde o início da pesquisa, o levantamento de dados foi realizado a partir do registro de informações vindas da observação direta dos “conteúdos” postados pela conta aberta e pública da Beatriz em sua rede social, sem interações pessoais com ela. A decisão por manter a pesquisa apenas com a observação direta, sem o caráter participante das experiências antropológicas mais comuns, deveu-se, sobretudo, ao cuidado necessário para a garantia do anonimato⁸.

⁷Redes sociais diz respeito a várias plataformas digitais que permitem que seus usuários produzam e compartilhem conteúdos, efetuando outras maneiras de socializar. Ver Beatriz Accioly Lins (2020).

⁸ Ao longo desta pesquisa, refletimos por múltiplos lados para pensar a perspectiva do anonimato. De um lado, há a anonimização do nome de Beatriz, bem como de outros aspectos que poderiam trazer sua identidade à tona. E, por outro lado, há a nossa própria anonimização como pesquisadoras em relação a ela. A decisão de não falar com Beatriz sobre a pesquisa envolve mais do que seu conhecimento prévio de um estudo em andamento. Como ao longo da pesquisa Beatriz vai se tornando uma figura cada vez mais pública, nossas decisões metodológicas levam em consideração os riscos envolvidos, como a

Realizamos aqui uma análise qualitativa do material obtido através dos registros ao longo da pesquisa. Utilizando o método de análise de conteúdo, também aplicado por Rayza Sarmento, Maria Ligia Elias e Gabrielle Marques (2023) que, alinhadas com Laurence Bardin (2016), entendem a análise de conteúdo como uma forma de se obter, a partir de “procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo, um tratamento da informação contida nas mensagens” (Bardin, 2016, p. 38).

Inicialmente, realizamos o acompanhamento dos *stories* e produzimos registros das falas de Beatriz quando em interação com os “seguidores”, as quais foram datadas e organizadas em um diário de campo desde o início de julho de 2021 até outubro de 2022. No entanto, o diário de campo mostrou-se insuficiente como forma de registro e captação da rede social analisada por toda a dinâmica de temporalidade proporcionada pela *internet*, mais especificamente do *Instagram*, cujas postagens no formato *stories* são temporárias, permanecendo visíveis no máximo por 24h, ou o próprio manejo das publicações fixas do *feed*⁹, que mesmo perenes podem ser apagadas ou arquivadas de acordo com os interesses momentâneos de quem administra a conta na plataforma.

Assim como na pesquisa de Tiago Falcão (2017), optamos por fazer uso do capturas de imagens da tela, fosse em fotos ou vídeos, das postagens dos *stories* e de algumas postagens do *feed*, para ter um registro além dos dados obtidos só pelas falas transcritas de Beatriz no caderno de campo. Em seu conjunto, os dados produzidos e que aqui serão mais destacados são aqueles vindos de seus conteúdos sobre sua vida familiar, seus

exposição das nossas identidades enquanto pesquisadoras às milhares de pessoas, por exemplo (Carolina Parreiras; Michele Escoura, 2025). Mas também consideram outros sujeitos que direta ou indiretamente aparecem ao longo da pesquisa, como seus próprios “seguidores”. Ao saber que tinha se transformado em tema de pesquisa acadêmica, é muito provável que Beatriz reagiria compartilhando a informação com todo seu público, pois isso poderia ser usado, em suas publicações, como uma demonstração de seu prestígio (como fazia em outras ocasiões). Mas se a pesquisa fosse revelada por ela para seus milhares de seguidores, como se lidaria com milhares de “seguidores” na análise: são estas e estes também sujeitos da pesquisa? Acreditamos que a pesquisa vá além de Beatriz como sujeita principal deste estudo, que os sujeitos presentes aqui estão em relação com a plataforma tanto quanto estão em relação com ela. E, nesse emaranhado de vivências, a sensibilidade exigida pelo campo de pesquisa nesta dimensão digital, suscita desafios como o que a Cláudia Fonseca (2008) aponta em seu texto: que um contrato de “consentimento informado” não resolveria.

⁹ O *feed* do *Instagram* é uma mistura de fotos e vídeos de pessoas que você segue, publicações sugeridas e muito mais. Com o passar do tempo, a plataforma vai adicionando mais recomendações de acordo com os interesses do usuário. Fonte: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/favorites-and-following#:~:text=O%20feed%20do%20Instagram%20%C3%A9,com%20base%20nos%20seus%20interesses>. Acesso em 29.11.2023.

trabalhos como *Influencer*¹⁰ e garota de programa, tanto na cidade local quanto em seu deslocamento para São Paulo, e *reposts*¹¹ feitos por ela mesma em seu perfil. Além disso, incluímos aqui a transcrição de falas de Beatriz publicizadas em uma entrevista concedida por ela a um *podcast*¹², o qual foi divulgado em sua rede social.

Para não perder dados referentes aos *stories*, uma vez que esses têm um prazo de visualização de 24 horas, utilizamos um aplicativo chamado *MasterRecorder*¹³, com uma função de gravar a tela com a adição do áudio e salvar a gravação direto no celular, o que possibilitou maior tranquilidade na hora da anotação no diário de campo, sem o risco de que a publicação de Beatriz sumisse antes que fosse possível o registro total dessas informações¹⁴. Todos os dados produzidos a partir das capturas de tela foram catalogados em uma pasta salva em arquivos de armazenamento e datados de acordo com o dia do registro, mas para garantia de anonimato, eles não são trazidos ao texto, usamos apenas a descrição de seus conteúdos.

Mãe, blogueira e “garota de programa”: “uma puta familiar”

“Vida de uma garota de programa familiar. Aqui você verá uma mãe, os filhos, os clientes e algumas propagandas”, era o que dizia a biografia do Instagram de Beatriz, trabalhadora sexual e influencer que, segundo ela, “não esconde de ninguém” o seu trabalho e nem sua vida pessoal, os compartilhando frequentemente nos stories do

¹⁰ Em linhas gerais, “influencer” é alguém que, pela capacidade de influenciar outras pessoas por intermédio dos seus conteúdos, passa a ser contratada/o por diferentes marcas para produzir conteúdo publicitário e de divulgação de produtos dentro de sua rotina de postagens pessoais. Aqui, também utilizamos a palavra influencer sem o acompanhamento do “digital”, tanto me referindo ao influenciador em plataformas digitais, quanto em outros contextos.

¹¹ É uma maneira fácil de usar a plataforma para espalhar as publicações que o usuário gostou. Pode ser traduzido por “republicações”, “respostar” ou “publicar novamente” pela tradução do inglês.

¹² É um conteúdo em áudio transmitido via plataformas de streaming tanto de modo síncrono ou assíncrono, e que ganhou especial popularidade nos últimos anos.

¹³ É um aplicativo utilizado para a gravação da própria tela do celular com o áudio. Alguns aparelhos telefônicos já possuem essa função. Porém, na época da pesquisa, o aparelho utilizado não tinha essa função.

¹⁴ Vale adicionar que o método da captura e gravação de tela foi uma estratégia de captação e registro dos dados. A escolha de não trazer as imagens capturadas aqui para este trabalho, ao mesmo tempo que objetiva manter o anonimato de Beatriz, também nos coloca um desafio: a descrição dessas informações.

Instagram. Em determinado dia, sua apresentação aos seus novos seguidores nos stories ilustra bem o que ela faz em seu perfil:

Então, gente, sou Beatriz, prazer não, satisfação. Prazer a gente tem que negociar. Como vocês viram, eu sou garota de programa, fico fazendo ponte aérea entre aqui e São Paulo, moro aqui e moro lá já há dois anos e meio, sou mãe de dois, mãe solo do segundo e sou digital influencer, blogueira... fale o que vocês bem inventarem. De vez em quando sai uns tutorial de maquiagem. [...]. Gosto muito de expor a minha vida e isso também é um defeito, porque às vezes eu exponho coisas que eu não deveria e falo muita besteira, gente. Às vezes eu até fico surpresa com tanta besteira que eu falo (26, set. 2021).

Beatriz também publica frequentemente em seus *stories* sequências de imagens para mostrar que é uma “mulher comum”: aquela que é mãe, que cozinha, trabalha e, principalmente, coordena o seu trabalho nos rumos dos seus próprios interesses. Ao expor sobre a sua família e o seu trabalho como garota de programa, ela não só legitima o seu trabalho sexual por meio das muitas notas de R\$ 200, R\$ 100 e R\$ 50 que costuma evidenciar em suas fotos e vídeos postados (sempre sob a legenda irônica “trabalho indigno” ou com a legenda “profissão de merda essa! Vou entregar currículo e ser digna pra sociedade!”), mas também sustenta uma posição de mulher “normal” e “de família”, reafirmada através da informalidade e naturalidade com as quais se comunica com o público de seus *stories*. E sua linguagem irônica e informal não deixa de ser, decerto, mais uma parte da construção do seu conteúdo.

Buscando compreender a (des)plataformização do trabalho sexual experienciada por profissionais do sexo, Cristiane Melo (2024) discute em sua pesquisa como a exposição cotidiana das trabalhadoras em suas redes sociais, com a publicização de uma “vida comum”, cria uma “conexão emocional” com quem visualiza os conteúdos, podendo, dessa forma, chamar a atenção de mais clientes, para que sejam atraídos para os seus perfis em plataformas de serviços sexuais. Ao criar uma conexão entendida como “mais autêntica”, é possível usar o dia a dia como uma ferramenta que possibilite maiores ganhos financeiros, o que a autora chama de “monetização do cotidiano”. No caso de Beatriz, a questão de fazer uma “conexão emocional” também tem a ver com um atrativo para visualização e *engajamento*¹⁵ no *Instagram*. No entanto, o atrativo da vida cotidiana de Beatriz rendia para ela uma visibilidade que fazia com que ela se tornasse popular na plataforma do *Instagram*, sem que necessariamente tal engajamento fosse direcionado para uma

¹⁵ O engajamento ocorre quando um “usuário” interage ativamente com um conteúdo em uma rede social (curtindo, compartilhando etc.). Em geral, essa ação pode ser metrificada formulando, assim, uma taxa de engajamento e envolvimento com o conteúdo.

"perambulação digital" e condução de sua audiência para plataformas de trabalho sexual digital, como abordado no trabalho de Melo (2024).

A naturalidade e informalidade envolvidas na maneira com a qual Beatriz constrói o seu conteúdo, baseado na sua vida de trabalhadora sexual, são causadoras de muitas polêmicas entre seus próprios seguidores. Um tipo de espanto frente aos seus conteúdos a respeito da sua vivência no trabalho sexual é sempre por ela mesma destacado em tom de ironia. Certa vez, por exemplo, quando Beatriz foi questionada por um (a) seguidor (a) em uma das *caixinhas de perguntas*¹⁶ se “Família e postagens de vida de garota de programa é certo? ”, ela respondeu: “Nada é errado se te faz feliz. É difícil pra vocês entenderem... é que eu sou uma puta familiar! ”.¹⁷

Beatriz também mostra no *Instagram* que busca a realização dos seus projetos de vida por intermédio do seu trabalho sexual¹⁸. A realização dos desejos e anseios pessoais por meio da agência também estão envolvidos em seu trabalho e são reafirmados por ela, por exemplo, através do compartilhamento de uma foto dela ao lado de sua família em resposta à pergunta feita por um seguidor: “o que te faz feliz depois do dinheiro? ”. O conteúdo dos *stories* de Beatriz, nesse universo de deslocamentos entre São Paulo e a cidade em que reside, envolve, assim como envolveu as interlocutoras da pesquisa de Adriana Piscitelli (2013), desejos de conquistas que integram a sua família. A busca da realização desses desejos é confirmada por Beatriz, ao dizer:

[...] essa é a vida que eu levo, e que essa é a vida que eu quero por mais um tempinho até eu conquistar tudo que eu desejo conquistar, [...] aquilo que eu conquistar vai ser por minha causa, vai ser pelo meu trabalho, pelo meu esforço

¹⁶ É um recurso utilizado pelos usuários da plataforma para interagir com seus seguidores, uma ferramenta que permite adicionar uma pergunta ao story e, assim, receber respostas dos seguidores.

¹⁷ As análises mais detalhadas sobre os elementos simbólicos que aparecem nos seus conteúdos, tal como a forma como a maternidade e os valores de família são acionados no discurso de Beatriz estão sendo melhor aprofundadas nos trabalhos decorrentes a este, bem como na dissertação de mestrado em atual elaboração pela autora 1. Aqui, neste artigo, nos atentamos em apresentar e sistematizar as primeiras análises a respeito do que a Beatriz mostra e que atrai tantos seguidores, mesmo exercendo uma profissão estigmatizada como o trabalho sexual.

¹⁸ Há muito que o tema do trabalho sexual é central no campo de estudos de gênero e interseccionalidade. A pesquisa de Adriana Piscitelli (2013) aponta para casos de mulheres que estão em busca de independência financeira e, para tanto, não se esquivam de acionar marcadores sociais de raça e nacionalidade, muitos a partir de estereótipos de identidade nacional, como forma para conseguirem alguma mobilidade social, fazendo do seu trabalho um meio de alimentar seus projetos de vidas.

e essa é a forma que eu quis conquistar as minhas coisas. Nada contra quem trabalha ganhando muito menos, com quem trabalha ganhando muito mais e nada contra! Essa é a minha forma de conquistar as coisas (Diário de campo. 31, ago. 2021).

Em meio à valores e estratégias: “é o fim da trabalhadora!”

“Acho engraçado os bofe falando da minha miscigenação olhando o meu rosto, que eu tenho o olho meio puxado, né? Aí eles ficam perguntando que mistura eu sou. Ah, eu invento tanto...”, diz Beatriz, ao falar de uma das suas estratégias para conseguir mais clientes enquanto trabalha temporariamente em uma boate de São Paulo. Ao ser indagada pelos clientes sobre a sua miscigenação, ela teria respondido: “Ah, eu sou uma mistura de índia com japonês, com português, com tudo... Eles acreditam!” Diz ela em tom descontraído e informal com as seguidoras e os seguidores que acompanham seu dia.

Na pesquisa de Piscitelli (2013), a autora aponta que suas interlocutoras recriavam categorias como classe, idade, “cor”, nacionalidade/etnicidade, e exploravam atributos ligados a uma visão mais “tradicional” de feminilidade brasileira não para fazer alusão a uma posição estrutural de desigualdade, mas para traduzir “marcas ‘étnicas’/nacionais, na construção de espaço de agência, principalmente, no plano transnacional” (Piscitelli, 2013, p. 230). Nesse processo, suposições de uma feminilidade brasileira, ao mesmo tempo carinhosa e sensual, adicionavam recursos e prestígios nos fluxos de desejo, fosse no mercado sexual, fosse no matrimonial.

Joyce Fonseca (2022), ao fazer uma análise bibliográfica buscando compreender as influências da construção identitária dos marcadores raciais de “morenidade” na formação racial no Estado do Pará, pontua que a miscigenação amazônica reuniu diversos atores como indígenas, negros e europeus, produzindo, assim, uma sociedade amazônica com outras dinâmicas e concepções de identificação. Fonseca (2022) aponta, em seu estudo, que o mito de uma presença unicamente indígena na região, juntamente com a identidade local de “morenidade”, ressalta o colorismo como um problema maior, que reprime o fortalecimento de uma comunidade negra no território e, ao mesmo tempo, reifica a exaltação da “morena cheirosa”, tal como a própria cidade de Belém muitas vezes é adjetivada nos discursos oficiais, interseccionando marcadores de raça, gênero e sexualidade.

Beatriz se utiliza dessas marcas de identidade ligadas a ela como uma mulher paraense, no caso, a “morena”, para construir um espaço de agência e angariar mais clientes nas boates em que trabalha em São Paulo. A influência identitária dos marcadores

raciais, bem como a ideia de uma presença apenas indígena na Amazônia, como destacado por Joyce Fonseca (2022), também acaba viajando com Beatriz quando ela vai à São Paulo. Certa vez, falando sobre como ela manipulava essas representações étnico-raciais sobre a Amazônia como tática de trabalho na boate, ela diz:

Já saiu com uma paraense? “Não!?” E com uma indígena? “Também não!?” Então é hoje! Táctas viu, manas? Obrigado, Deus! Por ter me mandado com esse olhinho puxado, com essa cara quadrada. Parece, né? Ou não, sei lá... não sei de onde esses bofe tira isso, só sei que eu consigo enganar. Povo indígena que me segue aqui, não se sintam ofendidos por eu usar essa tática pra trabalhar, tá bom? (19, ago. 2021).

Nos *stories* de Beatriz, a tônica da comunicação irônica, informal e despojada a deixa confortável para compartilhar cotidianamente suas estratégias para conquistar mais clientes e aumentar seus ganhos com eles. Em São Paulo, um recurso por ela dito como promissor era acionar suas marcas corporais e apelar para as imagens de sensualidade e exotismo, amalgamando a identidade de “paraense” à “indígena” para se promover. Porém, em outros contextos, eram também outras estratégias narrativas que precisavam gerar o efeito de interesse e convencimento.

Cristina Marins (2018), ao fazer uma reflexão etnográfica sobre fotógrafos de casamento, escreve que o processo da fotografia para seus interlocutores construía uma narrativa sobre as imagens capturadas. Em diálogo com Susan Sontag (2004), Marins (2018) mostra que os fotógrafos se diziam criadores das histórias visuais das famílias fotografadas, reafirmando-se, assim, como contadores de histórias. Essa análise nos fez lembrar de uma situação, em mais uma de suas noites de trabalho em São Paulo, quando Beatriz contou a história de uma garota, também trabalhadora sexual, que teria conseguido R\$ 5 mil reais de um cliente ao dizer que precisava de ajuda para fazer a sua lipoaspiração¹⁹.

Beatriz: [...]. Eu fiz ela descer aqui comigo só pra gravar esse *story*, gente! Conta aí, que tu conta melhor...

Outra trabalhadora: Eu saí com o boy e aí eu falei assim: aí, eu preciso do restante da minha *lipo*, aí ele falou “quanto que é?” Aí eu falei, não... 5 mil! Mas eu falei brincando, aí ele falou “ah, então vou te dar!” Mas eu não acreditei. Quando eu ia embora, ele me deu o dinheiro.

Beatriz: Gente, que vida linda! [Mostrando os cinco mil em dinheiro na mão da outra trabalhadora] Bicha, é inacreditável, mas acontece. Essas histórias que a gente conta, “ah, tô precisando disso” e faz uma cara de triste, gente, de verdade... Tá feliz da vida, bicha?

¹⁹ Lipoaspiração é uma cirurgia estética, que é utilizada para retirada de gordura corporal.

Outra trabalhadora: Muito! (15, out. 2021).

Na pesquisa de Jennefer Sales (2022), ela mostra que suas interlocutoras ofereciam mais do que prazer sexual aos seus clientes: proporcionavam companhia, conselhos, “e, por vezes, os encontros não passam de conversas e desabafos, quase, diria, como num divã de psicanalista” (Sales, 2022, p. 123). No sudoeste do Pará, em regiões marcadas pelas dinâmicas do garimpo, Leticia Tedesco (2013) buscou analisar as nuances e complexidades das relações entre mulheres e homens em vinculações onde se imbricavam trocas econômicas às trocas sexuais e afetivas. Sua análise aponta para o quanto muitas outras dinâmicas que envolviam reciprocidades entre benefícios afetivos/sexuais e financeiros podiam escapar da alcunha de “prostituição”, e tantas vezes “presentes” podiam ser formas de agrado masculino a mulheres que os “ajudavam”, sem nunca terem tido contato sexual.

Consideramos que Beatriz, ao narrar nuances sobre a profissão de trabalhadora sexual, torna seu conteúdo no *Instagram* mais atrativo. A sua construção de prestígio na plataforma passa pela conquista dos seus seguidores por meio de uma história bem contada. O interesse de Beatriz não é complexificar o trabalho sexual mostrando a dinâmica prostituta-cliente, por exemplo, mas é mostrar que no seu trabalho como profissional do sexo circula muito dinheiro, mesmo esse sendo resultado de “histórias que a gente conta” para os clientes. O objetivo é se autovalorizar enquanto uma boa profissional do sexo e, para alcançar esse propósito, Beatriz também busca a valorização vinda dos seus seguidores por intermédio do engajamento com o seu conteúdo. Certa valorização pode ser percebida, por exemplo, quando a sua participação em um *podcast* resulta, no mesmo dia, em várias postagens de suas seguidoras, as quais depois são repostadas²⁰ por ela em seu *Instagram*, em um esforço de tornar públicas as declarações de afeto e reconhecimento que recebia, tal como se orgulhou ao repostar uma seguidora a chamando de “professora” no momento da sua entrevista ao *podcast*.

O lugar de “professora” concedido a Beatriz também pode ser percebido no momento quando, em um tutorial feito pelos *stories*, pedido por suas seguidoras mulheres, Beatriz dá dicas do que ela chamou de “como pedir dinheiro pro bofe, se tá cansada de dar de graça”, ela diz:

²⁰ As postagens feitas por seguidores de Beatriz marcando o seu perfil, e que depois são repostadas por ela nos seus stories de Instagram são todas de mulheres. Não conseguimos dizer se essas mulheres são trabalhadoras sexuais ou não, mas isso aponta para um certo sucesso que a Beatriz tem perante o público feminino.

A questão: “Beatriz, como é que eu vou arrancar alguma coisa do bofe, se eu morro de vergonha, mas eu tô cansada de dar de graça? ”

Gente... como é que eu posso dar essa dica? Porque é um contexto, não é só dar a dica, entendeu? Se eu falar mal dos homens, eu quero que não generalize. [...] Só que tem muito homem, gente, que é muito escroto, que chega com a mulher que tá ficando assim: “vem dormir aqui em casa”, “bora pro motel hoje...” intimando, entendeu? Trata como puta, porque se o cara me convida, assim, pá! Do nada pra ir dormir com ele, pra ir pro motel com ele, ele tá me tratando como puta! Tá me tratando como objeto [batendo as costas de uma mão na palma da outra]²¹ que ele quer só pra transar, e se ele tá me tratando desse jeito, no mínimo vocês tem que cobrar, pau no cu dele! “Vamo dormir comigo hoje no motel? ” Vamo! Quanto cê vai me dar? Já chega falando assim, entendeu? Na mesma moeda! [...]. Quando chegar lá no encontro, tu chega com ele, com carinho tá, gatas, pra não assustar, e fala alguma conta... Gente, toda mulher tem conta! [...]. Se não tiver nenhuma conta, inventa! [...]. Se tu quer arrancar alguma coisa dele assim, ele pegou leve contigo, pega leve com ele, inventa uma continha, gente, nunca dá errado, gente, até com o teu marido tu consegue jogar uma dessa, olha como eu sou amiga... até com o teu marido tu consegue! A dica é infalível pra quem não quer dizer que é garota de programa (12, jul. 2021).

A dica é centrada nas mulheres, tanto nas que são garotas de programa e querem manter o trabalho no anonimato, quanto nas mulheres que não trabalham como profissionais do sexo. No estudo de Adriana Piscitelli (2013), a autora pontua que considerar “a esfera doméstica/familiar, sendo essa essencial para a reprodução social, um espaço social equivalente ao econômico/laboral” (Piscitelli, 2013, p. 234) é interessante para se pensar a relação entre afeto e dinheiro. Desta forma, a análise de Piscitelli (2013) nos faz apreender que o uso das mesmas dicas, dadas por Beatriz, a todas as mulheres, evidencia que há uma íntima relação entre afeto e dinheiro e que, portanto, o que se faz no âmbito afetivo-familiar também é criador de valor, mesmo não sendo uma trabalhadora sexual.

Para além da noção de trabalho sexual destacada por Beatriz, outro ponto a ser considerado é que ela se legitima no *Instagram* através de um reconhecimento que é atribuído a esses “ensinamentos” nos *stories*, os quais ela faz questão de destacar na sua entrevista dada ao *podcast*. Ao falar um pouco da sua noção de engajamento relativo aos seus conteúdos, ela observa que chegou a bater 50% da visualização do total de seguidores em seus *stories*:

²¹ Esse movimento com as mãos é utilizado para se referir ao ato sexual. Como um tipo de gíria de gestos, utilizado informalmente. Acredito que essa seja uma expressão também específica da região norte do Pará, podendo ser interpretada dessa maneira de acordo com o contexto em que é utilizado.

[...]. Eu tava batendo 30 mil de visualizações nos *stories* e eu tinha 60 mil seguidores, eu acho. Então tava batendo 50% de visualizações. Os blogueiros daqui, se tu for baixar a quantidade de visualizações pra quantidade de seguidores, muitos tem 100 mil, 200 mil, 60, 80, sei lá quantos mil seguidores... poucos batem 50% nos *stories*. Mas pra realidade daqui isso é um número muito grande. Eu fui inventar de ir pra uma festa e eu tava em São Paulo, passei muito tempo em São Paulo, tava vendo que tava batendo 30 mil, mas não tava sentindo o poder disso pessoalmente, tava sentindo o poder disso na câmera, pessoalmente é muito diferente. Fui inventar de ir pra festa e praticamente a festa toda falou comigo e pediu pra bater foto comigo (14, set. 2021).

O engajamento e o envolvimento com o conteúdo constroem uma espécie de tendência, uma predisposição dos seguidores a reproduzir o que é dito por Beatriz nos *stories*, especialmente o público feminino. O que ficou perceptível quando, em mais um domingo de trabalho típico na noite, Beatriz expôs seu cansaço em um *story* dizendo: “gente, é o fim da vagabunda, viu! Tô cansada, até dei uma sentada aqui... é o fim da vagabunda! Vagabunda não, é o fim da trabalhadora! Porque aqui trabalha viu, filhas! ”.

O *story* mencionado, de apenas quinze segundos, gerou uma série de outros *stories* postados por mulheres em seus diversos contextos de trabalho no dia seguinte, em que as seguidoras marcavam a conta de Beatriz no *Instagram*. Fazendo uso do jargão “é o fim da trabalhadora” ou/e adaptados para “é o fim da batalhadora”, várias seguidoras fizeram uso da expressão, transformando-a em uma tendência, um produto do momento. Além disso, mais do que uma reprodução da fala de Beatriz, o jargão tornou-se, depois, uma identificação entre suas seguidoras. Logo, conforme as suas seguidoras postavam e Beatriz replicava: “é como diz a Beatriz, é o fim da trabalhadora! ”, nos fez perceber que, para além do trabalho sexual, ali, havia também uma carreira se consolidando de trabalho digital como influenciadora.

Trabalho sexual e trabalho digital entre construções de prestígio e reputação

“Tudo direitinho, gente, dois dias... a [nome da loja] cumpre o que promete no prazo ideal” é o que Beatriz diz ao longo de um *story*, em que ela mostra materiais de pintura chegando em sua casa. Ao marcar o perfil da loja no mesmo *story*, ela indicava que se tratava de uma publi²² feita para uma loja de materiais de construção bem conhecida

²² Publicidades ou anúncios atraentes, produzidos por influencers, blogueiros ou criadores de conteúdo digital, que podem ser colocados tanto nos *stories*, quanto em outros lugares da plataforma *Instagram*.

na cidade. No perfil da loja era possível ver, na área de publicações, o compartilhamento do story de Beatriz dentro do mural de fotos, desta vez com a legenda: “Diretamente dos *stories* para o *feed*: a Beatriz já deu a pauta, filhas! Entrega mais rápida da cidade é aqui! ”.

Cristina Marins (2020) ao dialogar com o trabalho de Alex Rosenblat (2018) aborda um debate importante sobre o funcionamento dos algoritmos e seus efeitos sobre a vida social na contemporaneidade. Ao pesquisar com os motoristas da empresa Uber, Rosenblat (2018) expõe que as empresas administradoras dos trabalhadores são as mesmas a tratá-los, no debate público, como consumidores, mostrando uma diferença na relação desses dois agentes e, para Marins (2020), nessas relações contemporâneas o que assistimos é ao grande desafio de regular relações dadas pela imprecisão da divisão entre trabalho e consumo²³.

Ao analisar a relação entre os conteúdos dos *stories* do *Instagram* e os seguidores de Beatriz, é preciso considerar que a própria rede social está imbricada no processo de construção dela como profissional do sexo e, depois, também como influenciadora. Segundo Lorena Caminhas (2023), as plataformas regem um processo de exclusão e marginalização dos profissionais do sexo, por meio de sistemas de classificação algorítmica, para moldar as práticas do trabalho sexual *online* e reproduzir desigualdades estruturais, o que leva a uma indispensável reflexão sobre ética e regulação das plataformas, principalmente, a respeito da relação entre trabalho sexual e tecnologia.

Durante a pesquisa, tornou-se comum o perfil de Beatriz ser suspenso pelo *Instagram*, por infringir os seus *termos de uso*. Em um destes momentos, quando a conta dela foi desativada pela plataforma, ela reativou uma conta antiga sua e explicou: “gente, vou ficar usando esse *Instagram* agora porque o meu antigo caiu, o *Instagram* não aceita puta. Sinto informar que eu vou bater de frente com o sistema”, e aproveitou então para chamar seus seguidores para um novo perfil reserva.

Em meio às discussões sobre o bloqueio de contas de profissionais do sexo nas mídias sociais, temos o impacto da lei pública de 2018, mais conhecida como FOSTA-

²³ O livro de Rosenblat (2018) anuncia várias questões a respeito da então chamada “uberização do trabalho”, que é relacionada à ideia de o trabalho ser vinculado a uma grande plataforma, a um algoritmo, criando uma concepção de empreendedorismo por parte do trabalhador em relação a esse tipo de trabalho. Uma ideia da qual o trabalhador se vê em um lugar de “patrão”, obscurecendo, por outro lado, um forte sintoma da precarização do trabalho.

SESTA²⁴, que, apesar de ter sido aprovada nos EUA, foi sentida de forma significativa no Brasil através de ações de plataformas digitais globais. Empresas como a Meta e a Google enrijeceram os termos de uso e moderação de conteúdo provocando a expulsão de usuários e prestadores de serviço, sobretudo, os ligados ao trabalho sexual online²⁵. Uma pesquisa feita com trabalhadores sexuais buscando saber o impacto da FOSTA-SESTA sobre profissionais do sexo online apontou que a exclusão e o bloqueio da conta das profissionais impactaram a renda, a saúde mental e a segurança online, deixando-os ainda mais vulneráveis e à mercê da marginalização (Blunt; Wolf, 2020).

Enquanto Beatriz expunha nos *stories* o seu descontentamento com o *Instagram* por ter bloqueado a sua conta, quase instantaneamente acontecia um movimento de suas seguidoras com vários *stories*, chamando a atenção para a conta “derrubada”. Alguns dos *stories*, republicados por Beatriz, diziam:

“Pra quem acompanha as verdades não tão secretas da musaa, ela está com esse insta genteeee”;

“Instagram novo dela, querem derrubar de qualquer jeito. Quem seguia continue e quem não segue comecem”;

“É muita falta do que fazer! Né não??? Derrubaram o insta da Beatriz. Sigam o novo. ” (18, ago. 2021).

O movimento das apoiadoras de Beatriz para a recuperação do número de seguidores que havia na conta antiga foi um dos momentos de demonstração pública da capacidade de influência, a essa altura, exercida por ela na plataforma: um fator fundamental no processo de reforço à sua construção ali, também como trabalhadora digital, e seu conteúdo já tinha se tornado material de consumo para as suas seguidoras e de faturamento econômico para ela. Apesar dos problemas com a plataforma, em apenas

²⁴ O objetivo declarado da FOSTA-SESTA era combater o tráfico de pessoas ao alterar a Seção 230 da Lei de Decência nas Comunicações, a qual responsabilizava as plataformas pelo conteúdo publicado por seus usuários. No entanto, a forma como foi implementada pelas plataformas gerou uma desplataformização em massa de profissionais do sexo, como resultado de uma putafobia algorítmica (Blunt; Stardust, 2021).

²⁵ Carolina Bonomi (2025) discute que a censura do conteúdo de profissionais do sexo levanta questões importantes sobre o que é considerado “ilegal” ou “inapropriado” nas plataformas, e que nem sempre estão alinhadas com as leis e os direitos locais, o que provoca um vácuo regulatório. Bonomi (2025) também aponta que esse cenário de vulnerabilidade dos trabalhadores se aprofundou com as mudanças da Meta em relação às suas políticas de moderação que, de 2020 para cá, conectadas a uma ideia de “liberdade de expressão” e à implementação de “notas da comunidade”, favorece um ambiente de maior insegurança digital para profissionais do sexo, mas também gera um debate complexo sobre a proteção de crianças e adolescentes no ambiente digital.

dois dias com outra conta Beatriz já tinha voltado a acumular mais de 34 mil seguidores. Posteriormente, ao comentar sobre esse episódio, ela lembrou:

[...] gente, essas redes sociais querem que a gente seja o que? Família tradicional brasileira. Eu trato o meu *Instagram*, eu trato as pessoas que me acompanham como uma família e o pessoal sabe disso. [...] E eu continuo fazendo isso porque eu gosto, sabe? Antes de ganhar dinheiro no *Instagram*, que hoje entra uns trocados, eu fazia isso. Hoje em dia que entra os trocados é que eu faço mais né, filhas? [...] Meu *Instagram* antigo... tinha quase 70 mil e nesse novo agora tem 53 [mil]... então quem puder já seguir eu agradeço muito, porque perder um *Instagram*, é foda! (14, set. 2021).

A ideia de usuário-seguidor, seguidor-consumidor, está composta na lógica da plataforma do *Instagram*. Paralelo a isso, a relação trabalho sexual e trabalho digital faz parte da imagem criada por Beatriz com o objetivo de se consagrar *influencer*. A relação entre os trabalhos sexual e digital pode ser compreendida quando, após um conteúdo de *live*²⁶ em seu perfil, Beatriz se apresentou nos *stories* dizendo: “você acreditam que apareceu um programa agora? Meia noite e quarenta e cinco, pós *live*? [suspirando com ar de cansada] R\$ 500, gente, uma horinha...”. Minutos depois, ela reaparece com um *boomerang*²⁷, marcando o perfil da loja que vendia o vestido azul usado por ela na publicação.

Na sequência, uma hora depois, ela reapareceu em um vídeo na qual segurava cinco notas de R\$ 100 na mão. No mesmo *story*, trazia a legenda: “quero é ver alguém reclamar! Os 500 mais bem pagos da vida dos meus clientes [emoji²⁸ rodeado de corações]”, ao recortar o rosto do cliente no vídeo, ela lhe perguntava: “vale a pena pagar pra mim isso aqui? ”, e ele responde apenas levantando o dedo polegar de uma das mãos (um sinal de “positivo”) para a câmera. Depois, ainda no mesmo vídeo, Beatriz dava uma risada e completava: “ele não pode falar porque tem muitos amigos dele que vão reconhecer a voz dele, que me seguem [risadas]”. Em seguida, ao adicionar mais um *boomerang* ao *story*, como

²⁶ Live é uma ferramenta da plataforma do Instagram utilizada para se comunicar com os seguidores em tempo real. Fonte: https://creators.instagram.com/live?locale=pt_BR. Acesso em 30.11.2023.

²⁷ O boomerang é um tipo de vídeo curto reproduzido com um efeito de repetição que cria a sensação de uma imagem animada.

²⁸ Emojis são ideogramas, uma espécie de símbolos gráficos (conhecidos como “as carinhas”) usados para expressar uma variedade de sentimentos, ações, plantas, animais, dentre outros.

se estivesse enxugando as lágrimas com as cinco notas de R\$ 100, Beatriz legenda: “limpando as lágrimas dessa hora sofrida dessa vida triste”.

A imagem que Beatriz compartilha de si mesma é de que ela é rentável. Seja fazendo propagandas de materiais de construção, gominhas mastigáveis de vitaminas, roupas, *lingeries*, e até de uma marca regional de água de coco, ou como trabalhadora sexual. Durante a pesquisa, ela também produziu propagandas para lojas de bebês e para clínicas estéticas no seu perfil do *Instagram*, uma plataforma que não faz nenhum tipo de pagamento direto para os seus usuários, nem mesmo para as contas que são comerciais. Para ela, sua rentabilidade vinha do alcance que atingia na plataforma: quanto mais alto o número de seguidores, mais pessoas a viam; quanto mais fosse vista, mais ela se tornaria interessante para as empresas em busca de divulgadores de seus produtos. Assim, mais contratos de divulgação poderia assinar e mais caro poderia cobrar, fosse por um *post* ou um *story*.

Inspirada por Maria Elvira Diaz-Benitez (2010), que demonstra como os integrantes da sua pesquisa são capazes de criar em torno de si uma indústria, Cristina Marins (2018) pensa que isso também ocorre no caso de sua pesquisa com fotógrafos de casamento sobre circuitos de consagração. Ao analisar um dos conteúdos veiculados em uma rede social de um dos seus interlocutores, a autora conclui que uma das estratégias para a criação de reputação, ocorre na conexão entre “saber fazer e a construção, através das redes sociais, de uma imagem de quem sabe fazer” (Marins, 2018, p. 202). Semelhante a isso temos Beatriz, que constrói uma imagem a partir dos seus *stories* de *Instagram*, tanto “professoral”, como já visto ao longo deste trabalho, quanto de profissional entendida nas áreas de trabalho sexual e sua relação com o trabalho digital. A conexão entre saber fazer e a construção da imagem de quem sabe fazer, manifestos nos conteúdos e falas de Beatriz, demonstra que essa é uma estratégia eficaz para suas duas atividades simultâneas de trabalho.

Beatriz adiciona aos seus *stories* conteúdos que constroem uma íntima relação entre trabalho sexual e trabalho digital. Quando narra seus feitos em programas com homens “ricos e gringos” em São Paulo, um lugar que para quem está em Belém costuma ser visto como de maior prestígio para o sucesso profissional²⁹, ela atribui para si como uma garota

²⁹ A referência em Belém à São Paulo como lugar de prestígio para bens, serviços e pessoas aparece de modo decisivo também na pesquisa de Michele Escoura sobre as disputas econômicas e morais nos bastidores das organizações de grandes festas de casamento na capital paraense. Sob uma lógica na qual o valor de troca imbrica-se a valores morais conquistados por meio de reputações profissionais, a pesquisa

de programa de sucesso. E, ao retornar à Belém com tal acréscimo de reputação, aumenta seu engajamento na rede social e desloca, no outro lado do país, seu prestígio de garota de programa para sua influência como trabalhadora digital. Logo, o seu trabalho digital na cidade paraense se constrói em relação ao seu trabalho sexual na estadia em São Paulo, como ela deixou evidente ao responder a um seguidor:

Vou conversar com vocês sobre a pergunta que mais tem na caixa de perguntas: “Se [aqui na cidade] por que eu não faço tanto programa quanto São Paulo, se parei de fazer porque eu casei, porque isso, porque aquilo...” Gente, eu já falei pra vocês, eu não parei de fazer programa, só que aqui, todo mundo sabe que eu sou puta, quem quiser me contratar é só mandar um direct. Só que além disso, eu tenho muita preguiça, porque aqui eu ganho dinheiro tão fácil dentro de casa mostrando um recebido, que eu fico sem paciência pra abrir minha perna, pra conversar, pra ser psicóloga, entendeu? Eu acabo relaxando aqui. Eu nunca pensei que eu fosse dizer isso, gente. Cês lembram quando eu falava: “eu não ganho um centavo com internet, com *Instagram*”? Sabe por que eu gosto? Hoje em dia o *Instagram* tá me pagando muito bem, hoje em dia eu viveria só de *Instagram*. Aí eu vou pra um puteiro, gente, onde ninguém se valoriza, onde os macho querem colocar o preço na mulher? Não, prefiro ficar em casa. 300 reais, eu abro três recebidos numa noite e tô com esse dinheiro, tendeu? Mas não parei não, tô por aqui ainda, tá? (Diário de campo. 23, jul. 2021).

Já na participação de Beatriz em um *podcast* da cidade, os apresentadores brincavam que, ao contrário do que se podia imaginar, ela era uma pessoa comum. Ao utilizar a expressão “puta camuflada” conferindo a Beatriz esse lugar de “mulher comum”, abriu-se um diálogo a respeito de várias questões para se pensar como ela mesma relaciona os trabalhos sexual e digital à sua vida:

Apresentador: Cara, eu sempre falei que a Beatriz é a puta mais família que eu já vi na vida. Na festa do *podcast* a gente falou: “A Beatriz vem aí!” Todo mundo imaginou que ela vinha no *pole dance*... mano, ela veio com a criança no colo, uma blusinha rosa, toda crente.... Ninguém percebe, ela é camuflada...
Beatriz: [...]. Eu não sou camuflada não! Gente, puta tem família, pelo amor de Deus. Puta tem filho, puta tem mãe, puta tem avó, puta tem pai, puta tem tudo... é a sociedade que distorce as coisas. E o que quase ninguém sabe é que acho que quase 50% da mulherada do universo é puta, só que não fala, e eu falo.

parte da proposta de analisar as relações de classe a partir de uma perspectiva etnográfica e investiga como territórios nas cidades e entre cidades vão sendo alçados como lócus de produção de prestígios. E, nesse caso, aponta para como a circulação entre coisas e pessoas, entre São Paulo e Belém, vai conformando uma complexa cartografia da distinção (Escoura 2022, 2020).

[...]. Nem te conto, quando tu postou o *flyer* naquele dia, veio muita gente perguntar pra mim se eu tava ofendida por tu tá falando que tinha um *podcast* com uma puta. Gente, pra mim isso é de boa!

Apresentador: Eu sempre falo que eu coloquei acompanhante de luxo da última vez, ela ficou mordida [com raiva].

Beatriz: Eu falei: bota puta! Acompanhante de luxo... eu acho frescura esse nome, gente, é tudo a mesma coisa. O que é acompanhante de luxo? É uma puta que cobra mais caro. O que é uma menina que cobra 30 reais? É puta! O que é uma modelo que vai lá e faz programa? É uma puta também. Pra mim é tudo puta, então coloca puta.

Apresentador: aqui na cidade [local] tu tá no momento só como blogueira?

Beatriz: passei o mês de julho todo vivendo de internet e aconteceram algumas coisas comigo. Então as pessoas acham que tem total direito sobre a minha vida e não é assim. [...] [as pessoas] me cobram *feed* organizado, eu sou cobrada por um *feed* organizado, só que gente, eu não sou blogueira, eu sou puta! O blogueiro veio por eu gostar de expor minha vida de puta, qual é o meu conteúdo? Prostituição! (Diário de campo. 14, Set. 2021).

A relação entre trabalho sexual e trabalho digital está posta à luz por Beatriz ao dizer “qual é meu conteúdo? Prostituição! O blogueiro veio por eu gostar de expor minha vida de puta”, apesar de existirem outras relações, conflituosas ou não, envolvendo o seu trabalho. Beatriz, ao falar “eu sou cobrada por um *feed* organizado, só que gente, eu não sou blogueira, eu sou puta” chama a atenção tanto para os conflitos envolvendo a comparação do seu *feed*, mais informal, ao que supostamente seria o *feed* de uma *digital influencer* “ideal”, quanto para a relação dela como criadora de conteúdo e seus seguidores como consumidores deste conteúdo.

Em vista disso, pode-se compreender que a construção do “estilo de vida³⁰” de Beatriz procura legitimá-la, primeiramente, como uma trabalhadora sexual de sucesso, consolidando, ao mesmo tempo, com a conquista dos seus milhares de seguidores, sua carreira como trabalhadora digital, também divulgada por ela como de sucesso e, portanto, atraindo empresas interessadas em seu trabalho como *influencer*. Tudo isso no uso dos *stories*

³⁰ Aqui, consideramos o lifestyle um elemento importante para pensar a construção de reputação de Beatriz no Instagram, pois publicar uma narrativa de sucesso e ascensão social pode servir como atrativo de potenciais empresários dispostos a oferecer oportunidades que gerem dinheiro, pensando na Beatriz e no seu perfil como um meio rentável na lógica do trabalho digital. Cristina Marins (2018) também discute esse elemento em sua pesquisa. Um dos sujeitos da sua pesquisa espalhava uma concepção de sucesso que se daria por meio de um esforço individual. Bem-sucedido em sua carreira, ele estava interessado em passar uma visão sobre “o poder do lifestyle”. A ideia era de que, gerenciando com estratégia o que se compartilhava nas redes sociais, seria possível criar um estilo de vida que chamasse a atenção de potenciais agenciadores, que ofereciam oportunidades as quais gerassem dinheiro e, conseqüentemente, sucesso e ascensão social.

da plataforma do *Instagram*. Em sua participação no *podcast* local, ao ser indagada sobre “o trampo de puta ser mais digno do que o trampo de blogueira”, ela contesta:

Os dois são dignos. Ei, vou falar uma coisa, os dois são desrespeitados. Se você falar que é digital influencer, vão te tratar na mesma merda que você tá falando que é garota de programa. Ninguém dá valor em digital influencer, só que ninguém sabe quanto um digital influencer ganha, muito menos quanto uma garota de programa ganha. Eu passei o mês todinho de julho por aqui, e o mês todinho de julho eu fui sustentada pela internet. Pense numa pessoa que trabalhou mês de julho divulgando loja fui eu! Eu fiz treze mil reais divulgando loja, tem médico que não ganha treze mil reais no mês e muita gente desvaloriza o digital influencer, coloca a tua cabeça pra pensar agora, puta também ganha esses valores bons, não vou falar que puta ganha muito, porque teve mês que eu pouco trabalhei e não ganhei 13 mil, mas teve mês que eu ganhei quase 50 [mil]. Então é uma coisa que vocês têm que parar pra pensar na pessoa que você tá metendo o pau. “Ah, porque aquela ali é uma vagabunda, aquela ali é isso e aquilo, aquela ali vive de internet”, tipo desvalorizando, só que não sabe o que a outra tá ganhando. [por um tempo] eu me desativei. [...]. Aí depois eu voltei, o público que me segue me acolheu muito bem, me entendem porque eu sou ser humano, eu erro, eu falo o que eu penso, coisa que muita gente não faz (Diário de campo. 14, Set. 2021).³¹

Para além da inseparabilidade do trabalho sexual e o trabalho digital na construção do sucesso profissional de Beatriz, a relação entre os dois é visivelmente constatada quando ela afirma que “se você falar que é digital influencer vão te tratar na mesma merda que você tá falando que é garota de programa”. Outro ponto importante, é que quando Beatriz explana a ideia contida em certos imaginários que desvalorizariam ambas as atividades, sem suspeitar o volume de dinheiro que pode ser obtido tanto pelo trabalho sexual, quanto pelo trabalho como influenciadora, ela disputa, na entrevista, uma valorização de seu próprio trabalho a partir da quantificação do que seriam os seus ganhos monetários. E, ainda, os relaciona a uma ideia moral do que seria um trabalho valorizado, como o do médico, por exemplo, requalificando e elevando suas atividades a partir de uma imbricação entre o valor econômico e o valor moral do seu trabalho.³²

³¹ Como os dados discutidos neste trabalho são referentes ao ano de 2021 e 2022, cabe mencionar que apesar da vigilância algorítmica ter impactado o trabalho digital de Beatriz, atualmente ela ainda mantém um perfil ativo no Instagram.

³² Outro ponto importante que não será discutido neste artigo, por falta de espaço e por não ser o objetivo deste trabalho, mas que será aprofundado em outro artigo no prelo, é a questão do dinheiro. Em outros dados de campo que serão discutidos na escrita da minha dissertação de mestrado que está em andamento, na qual busco compreender quais estratégias são agenciadas por Beatriz na sua construção de reputação e prestígio no Instagram, ela parece construir uma sobreposição entre valor econômico e

No uso estético informal que Beatriz faz do *Instagram*, especificamente dos *stories*, ela atribui, primeiramente, legitimidade ao seu trabalhado sexual, e com isso, constrói um prestígio enquanto trabalhadora digital. E na relação entre os trabalhos sexual e digital, usuários e seguidores, seguidores e consumidores, reputação e prestígio se constroem através do uso que Beatriz faz dos seus *stories* do *Instagram*, fazendo com que ela se torne rentável dentro da lógica da plataforma. Em entrevista dada ao *podcast*, ao falar sobre o seu sucesso no *Instagram* como trabalhadora digital na cidade paraense, ela diz: “muita gente me chama de abençoada, se eu sou abençoada é só Deus. Eu sou a puta-família, puta-deus! Gente, eu sou a puta... a universal! ”.

Alguns apontamentos finais

Christine Hine (2000) já aponta para um caráter corporificado da experiência digital e é crítica a uma visão que separa o *online* do *offline* defendendo uma etnografia de conexão entre as interações, os espaços físicos e digitais, focando não em quando a internet “começa” ou “termina”, mas em como atores sociais atravessam esse caminho. Com a Beatriz, tivemos um desafio de análise que se tornou ponto crucial para a continuação desta pesquisa. À medida em que entramos na discussão do trabalho sexual e do trabalho de influenciador digital, dois trabalhos diferentes entre si, entramos em uma análise de caráter porosa, pois, apesar do trabalho sexual estar contido no trabalho digital, Beatriz, por outro lado, relaciona os dois, no sentido de transformar as narrativas do seu trabalho sexual em São Paulo e Belém em conteúdo no *Instagram*, o que a confere visibilidade na plataforma. E, em outros momentos o separa, pois ao se tornar mais conhecida, ela desliza entre um trabalho e outro, se tornando uma referência não só de trabalhadora sexual, mas também de “blogueira” local.

A partir da análise de conteúdo dos *stories* de Beatriz na rede social *Instagram*, é possível refletir mais uma vez sobre a inseparabilidade de sexo e dinheiro envolvida nas relações afetivas, uma conclusão já apontada por parte da bibliografia mencionada neste trabalho. Por outro lado, sob uma perspectiva etnográfica, apontamos que o modo de uso da plataforma, mais especificamente dos *stories*, feito por Beatriz, juntamente com uma linguagem informal e o não constrangimento de falar sobre o trabalho sexual e sobre sexualidade, mostra uma estética proposital e importante para uma estratégia de criação

valor moral em seus discursos operando uma produção de valor de si em que ideias de autonomia e liberdade são atravessadas pelo agenciamento de diferentes marcadores sociais da diferença. Aqui, nos atentamos em discutir apenas as primeiras impressões dos dados da pesquisa.

de reputação dentro da plataforma, para sua consolidação, também, como uma trabalhadora digital.

No início deste trabalho, o objetivo estava em compreender como Beatriz utilizava os *stories* do *Instagram* para promover o seu trabalho sexual e, ao finalizar a pesquisa, evidenciou-se que, ainda que Beatriz não restringisse o uso da plataforma à negociação direta para os encontros sexuais com os quais trabalhava, como tem aparecido em outras pesquisas sobre o tema (Sales, 2022), é pela internet e pela forma como domina o uso da rede social que ela convence que é uma boa trabalhadora sexual. E, ao mesmo tempo, a partir do momento em que ela conquista a legitimidade e o prestígio enquanto profissional do sexo, com mais de 50 mil seguidoras fiéis e chamadas de “filhas”, Beatriz ganha visibilidade e opera um deslizamento do trabalho sexual para o trabalho digital como influenciadora. O trabalho sexual, realizado no movimento de Beatriz entre São Paulo e Belém, ao tornar-se conteúdo nos *stories* do *Instagram* é, por sua vez, transformado em um produto consumido pelos seus “seguidores”. Ao se legitimar como uma boa trabalhadora sexual, Beatriz atribui prestígio ao seu trabalho digital e isso faz com que ela, concomitantemente, se torne rentável dentro da lógica da plataforma, construindo, portanto, um trânsito de reputação do trabalho sexual para o trabalho digital, em uma instigante dinâmica contemporânea entre trabalho, sexo, dinheiro e visibilidade que constituem a experiência no *online*.

Referências

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2016.

BONOMI, Carolina. “O incômodo digital: quando o sexo vira tabu nas plataformas de redes sociais”. *Substack*, 17 de junho de 2025. Disponível em: <https://carolbonomi.substack.com/p/o-incomodo-digital-quando-o-sexo>.

BLUNT, D.; STARDUST, Z. *Automating whorephobia: sex, technology and the violence of deplatforming: An interview with Hacking/ Hustling*. *Porn Studies*, v. 8, n. 4, p. 350–366, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/23268743.2021.1947883>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23268743.2021.1947883>. Acesso em: 22 set. 2025.

BLUNT, D.; WOLF, A. *Erased: The impact of FOSTA-SESTA and the removal of Backpage on sex workers*. *Anti-Trafficking Review*, n. 14, p. 117-121, 2020. DOI: <https://doi.org/10.14197/atr.201220148>. Disponível em: <https://www.antitraffickingreview.org/index.php/atrjournal/article/view/448/364>. Acesso em: 22 set. 2025.

CAMINHAS, Lorena. *Regulação das plataformas digitais, grupos minoritários e trabalhadores sexuais*. [Entrevista concedida a] Yama Chiodi. *Blog do GEICT*, 28 jun. 2023. Disponível em: <https://www.geict.com.br/post/regula%C3%A7%C3%A3o-das-plataformas-digitais-grupos-minorit%C3%A1rios-e-trabalhadores-sexuais>.

DÍAZ-BENÍTEZ, Maria Elvira. *Nas redes do sexo: os bastidores do pornô brasileiro*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

ESCOURA, Michele. *Fazer festa é uma guerra: relações e conflitos na organização de casamentos*. 1. ed. Campinas: Mercado de Letras, 2022. v. 1. 335p.

ESCOURA, Michele. *Noivas com classe: economia e moralidade na disputa pelo valor de vestidos no mercado de casamentos*. *Humanitas* (UFPA), v. 1, p. 109-134, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/rhumanitas/article/view/13796>. Acesso em: 23 set. 2025.

ETLEN, Nayla. “Eu não sou [só] blogueira, eu sou puta!”: trânsitos de reputação e prestígio entre os trabalhos sexual e digital na plataforma Instagram. *Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais)* – Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal do Pará, 2023.

FALCÃO, Thiago Henrique de Oliveira. *Memes, textões e problematizações: sociabilidade e política a partir de uma comunidade de LGBT universitários no Facebook*. 2017. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, 2017.

FONSECA, Joyce Grasielle Chaves. *A morenidade como expressão do colorismo?* TCC (Graduação em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Belém, 2022.

FONSECA, Claudia. O anonimato e o texto antropológico: dilemas éticos e políticos da etnografia “em casa”. In: SCHUCH, Patrice; VIEIRA, Miriam S.; PETERS, Roberta (Eds.). *Experiências, dilemas e desafios do fazer etnográfico contemporâneo*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010. p. 205–227.

HINE, Christine. *Virtual Ethnography*. London: Sage, 2000.

LINS, Beatriz Accioly; PARREIRAS, Carolina; FREITAS, Eliane Tânia. *Estratégias para pensar o digital*. *Cadernos de Campo* (São Paulo - 1991), v. 29, n. 2, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/181821>. Acesso em: 3 dez. 2023.

MARINS, Cristina Teixeira. *Como a tecnologia redefine o mundo do trabalho: a Uber como um símbolo*. *Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia*, n. 47, 2020. DOI: 10.22409/antropolitica2019.0i47.a42057. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/42057>. Acesso em: 22 set. 2025.

MARINS, Cristina Teixeira. *Entre palcos e flashes: reflexão etnográfica sobre trabalho, construção de reputação e circuitos de consagração entre fotógrafos de casamento*. 2018. Tese

(Doutorado em Antropologia) – Programa de Pós-graduação em Antropologia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

MELO, Cristiane Vilma de. *Desejo, trabalho e agenciamentos: a (des)plataformização do trabalho sexual no contexto brasileiro*. 2024. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/20.500.14289/20765>.

PARREIRAS, Carolina; ESCOURA, Michele. *Riscos, conflitos e relações de poder no trabalho de campo*. *Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia*, v. 57, n. 1, 2025. DOI: 10.22409/antropolitica2025.v57.i1.a66976. Disponível em: <https://www.periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/66976>. Acesso em: 22 set. 2025.

PISCITELLI, Adriana. *Trânsitos: brasileiras nos mercados transnacionais do sexo*. Rio de Janeiro: EDUERJ/Garamond/CLAM, 2013.

SALES, Jennefer Portela de. *“Esquinas” virtuais, “garotas” nem tanto: um estudo sobre intercâmbios afetivos-sexuais e econômicos negociados em plataformas digitais*. 2022. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2022.

SARMENTO, Rayza; ELIAS, Maria Ligia G. G. Rodrigues; MARQUES, Gabrielle. *A comunicação digital e as pautas das deputadas brasileiras “de direita” no Instagram*. *Terceiro Milênio: Revista Crítica de Sociologia e Política*, v. 20, p. 59-83, 2023.

SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004 [1977].

TEDESCO, Leticia. *No trecho dos garimpos: mobilidade, gênero e modos de viver na garimpagem de ouro amazônica*. 2013. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

Agradecimentos

Agradecemos Prof^ª. Carolina Parreiras e Prof^ª. Telma Amaral Gonçalves pelos apontamentos e sugestões apresentadas nas versões iniciais deste trabalho e a CAPES e a FAPESPA/CNPq pelos apoios financeiros concedidos durante a realização desta pesquisa.

Financiamento

Esta pesquisa conta com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e está vinculado ao projeto institucional IFCH/UFPA “Incubadora de Pesquisas Etnográficas: abordagens teóricas e metodológicas contemporâneas para a formação de jovens pesquisadoras/es de campo” coordenado pela Profa. Michele Escoura e contemplado pela chamada n.002/2021 - Programa de Infraestrutura para jovens pesquisadores - Programa Primeiros Projetos PPP - FAPESPA/CNPq.

Recebido em 31/01/2025.

Aceito em 09/06/2025.