VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

MARIANA RIBEIRO SANTIAGO

SINARA LACERDA ANDRADE CALOCHE

LISLENE LEDIER AYLON

Copyright © 2023 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - UNIVEM/FMU – São Paulo
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR – Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade – UNIMAR/FEPODI – São Paulo

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara – ESDHC – Minas Gerais
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho – Ceará
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS – Sergipe
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR – São Paulo
Secretarias
Relações Institucionais:
Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes – UNB – Distrito Federal
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM – São Paulo
Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo
Comunicação:
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali – Rio Grande do Sul
Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB – Paraíba
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC – Santa Catarina
Relações Internacionais para o Continente Americano:
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM – Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
Relações Internacionais para os demais Continentes:
Prof. Dr. José Barroso Filho – ENAJUM
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Eventos:
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec – Minas Gerais
Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC – Paraná
Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS – Mato Grosso do Sul

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UMICAP – Pernambuco

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Lislene Ledier Aylon; Mariana Ribeiro Santiago; Sinara Lacerda Andrade Caloche – Florianópolis; CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5648-750-2
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Direito e Políticas Públicas na era digital

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito e globalização. 3. Responsabilidade nas relações de consumo. VI Encontro Virtual do CONPEDI (1; 2023; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34

CONPEDI

Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

É com imensa satisfação que introduzimos o grande público na presente obra coletiva, composta por artigos criteriosamente selecionados, para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado "Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo", durante o VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado através de plataformas digitais, entre os dias 20 a 24 de junho de 2023, com a temática "DIREITO E POLÍTICAS PÚBLICAS NA ERA DIGITAL".

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa jurídica no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, em reflexões sobre as relações de consumo abordando temas relevantíssimos no que concerne à: hipervulnerabilidade do consumidor; os desdobramentos do mercado digital; efetividade da Lei Geral de Proteção de Dados; a proteção de dados; a relação de consumo na sociedade da informação; a abusos bancários; lei do superendividamento; o abuso de direito na perspectiva do microempreendedor individual; consumo consciência e a ética da fraternidade; o desvio produtivo; o meio ambiente e a sociedade de risco; o algoritmo e a discriminação algorítmica na sociedade de consumo, obsolescência programada; publicidade infantil e, por fim, temas afetos ao capitalismo de vigilância as relações de poder na sociedade de consumo.

Evidente que questões da contemporaneidade implicam num olhar atento para o direito das relações de consumo, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto nos segmentos ambiental, social, econômico, político e sanitário envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar. Os temas tratados são de extrema relevância e muito contribuem para a pesquisa científica jurídica.

Nessa obra os autores Daniel Firmato de Almeida Gloria e Sumaia Tavares de Alvarenga Matos, dedicaram-se à análise da "A CONCRETIZAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DA ORDEM ECONÔMICA PARA A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR ENQUANTO AGENTE ECONÔMICO VULNERÁVEL". Com uma temática inovadora, os autores Wellington Henrique Rocha de Lima e Bruno Teixeira Lazarino investigaram "A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS E O COMPLIANCE: A BUSCA PELA EFETIVIDADE DA

LGPD.” As autoras Luiza Arruda Camara Brasil, Vanessa Rocha Ferreira e Aurora De Nazaré Fernandes Dias, debruçou-se sobre “A UTILIZAÇÃO DE TECNOLOGIAS PELAS BIG TECHS PARA OBTER VANTAGENS DESLEAIS NO MERCADO DIGITAL.” O objeto de pesquisa dos autores Larissa Maia Freitas Salerno Miguel Santos e Ana Luiza Limeira Silva foram “ABUSOS BANCÁRIOS: UMA ANÁLISE DE FRAUDES E SUPERENDIVIDAM.” A temática escolhida pelas autoras Leticia Spagnollo e Nadya Regina Gusella Tonial foram os “DESAFIOS DA SOCIEDADE DE CONSUMO: O SUPERENDIVIDAMENTO.” A autora Simone Alvarez Lima investigou a prática “DO EXERCÍCIO ABUSIVO DO DIREITO DE ARREPENDIMENTO CONTRA O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL VINCULADO À HOTMART.” Os autores Kátia Cristina Stamberk, Leonel Cezar Rodrigues e Edmundo Alves De Oliveira discorreram sobre as “MÍDIAS SOCIAIS E RESOLUÇÃO EXTRAJUDICIAL DE LITÍGIOS.” As autoras Ana Cláudia Corrêa Zuin Mattos do Amaral, Ana Flávia Costa Sordi e Desirée Silva Nascimento, examinaram o instigante universo da responsabilidade civil com o tema “O CARÁTER PUNITIVO DA RESPONSABILIDADE CIVIL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E O IMPACTO DA TEORIA DO MERO ABORRECIMENTO.” Os autores Bruno Mello Corrêa de Barros Beuron e Daniela Richter optaram por pesquisar “O DESAFIO DO CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTÁVEL NA SOCIEDADE INFORMACIONAL: NECESSIDADE DE UMA NOVA ÉTICA PAUTADA NA FRATERNIDADE.” O trio Ana Cláudia Corrêa Zuin Mattos do Amaral, Ana Flávia Costa Sordi e Desirée Silva Nascimento nesse artigo abordaram “O DESVIO PRODUTIVO DO CONSUMIDOR E A TEORIA DO MERO ABORRECIMENTO”. Novamente os autores Daniel Firmato de Almeida Gloria e Sumaia Tavares de Alvarenga Matos trouxeram luz à temática da “O ENGODO DO SUBJETIVISMO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E O PARADOXO DA INSATISFAÇÃO E MELANCOLIA DO CONSUMIDOR, APÓS ATINGIR A SATISFAÇÃO DO SEU DESEJO.” Os autores Leticia Spagnollo e Nadya Regina Gusella Tonial, inquiriram os desdobramentos algorítmicos no artigo “O PAPEL DO ALGORITMO COMO INFLUENCIADOR NA SOCIEDADE DE CONSUMO E A (HIPER) VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR”. Já as autoras Flávia Thaise Santos Maranhão, Danielle Flora Costa Borralho e Mariana Ribeiro Santiago investigaram o universo da “OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA X SUSTENTABILIDADE: DIRETRIZES PARA O CONSUMO SUSTENTÁVEL NO BRASIL”. Os pesquisadores Cristiane Feldmann Dutra, Gil Scherer e Celine Dos Santos De Oliveira indagaram as consequências da “OBSOLESCÊNCIA PROGRAMADA: COMO PRÁTICA ABUSIVA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO NO TERRITÓRIO BRASILEIRO.” Os autores Beatriz da Rosa Guimarães, Gabriely Vivian Vieira e Vitória Piucco analisaram “OS DANOS CAUSADOS AOS CONSUMIDORES EM DECORRÊNCIA DA PRÁTICA DE DISCRIMINAÇÃO ALGORÍTMICA.” Sob uma perspectiva publicitária, as pesquisadoras Elida De Cássia

Mamede Da Costa e Maynara Cida Melo Diniz experienciaram a “PUBLICIDADE INFANTIL ABUSIVA E O CONAR NO ANO DE 2023.” E, por fim, as autoras Maria Da Conceição Lima Melo Rolim e Viviane Coêlho de Séllos Knoerr elegeram a temática da “RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E TRATAMENTO DE DADOS DO CONSUMIDOR NO CONTEXTO DO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA: UMA ANÁLISE A PARTIR DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LEI Nº 13.709 /2018)”.

Em suas abordagens observa-se que os autores e autoras utilizaram referenciais teóricos refinados sobre sociedade de consumo, sociedade de risco, sociedade da informação, sociedade em rede, globalização e capitalismo de vigilância, o que realça o aspecto acadêmico e técnico do evento e o comprometimento dos pesquisadores e pesquisadoras com a valorização da pesquisa científica jurídica nacional.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra tecnicidade, por meio de uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas, sutilezas e importância para a defesa de uma sociedade mais igualitária e justa às futuras gerações, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica.

Boa leitura!

Profª Drª Lislene Ledier Aylon

Profª Drª Mariana Ribeiro Santiago

Profª Drª. Sinara Lacerda Andrade Caloche

ANÁLISE JURIDICA DO MODELO DE MONETIZAÇÃO DA ONLYFANS

LEGAL ANALYSIS OF THE ONLYFANS MONETIZATION MODEL

Junia Gonçalves Oliveira

Resumo

Este ensaio tem como escopo a análise jurídica do modelo de monetização da OnlyFans, uma plataforma social, nascida no ano de 2016 na Inglaterra, que tem crescido nos últimos anos principalmente entre o público de conteúdo adulto. Tal plataforma tem crescido de forma expressiva no ano de 2020, principalmente com a adesão de usuários considerados famosos a plataforma e a exposição livre de conteúdo que inclui a inexistência de censura, o que acarretou em um aumento expressivo do interesse dos usuários por conteúdo erótico. Em primeiro momento no trabalho fora feita uma discussão sobre a era da superinformação. Em sequência fora definido o que vem a ser a rede social OnlyFans, sua conceituação e sua forma de interação com o público. Realizou-se também um estudo sobre o modelo jurídico de monetização, partindo a princípio da definição do que é monetização até o sistema de monetização da OnlyFans. Por fim chegou-se à conclusão que a rede social ainda tem um longo caminho à percorrer, principalmente no Brasil, grande mercado consumidor de redes sociais. Adotou-se a Teoria dos Sistemas Sociais de Luhmann como matriz epistemológica, o método utilizado foi o dedutivo, como técnica de pesquisa utilizou-se a análise de dados por meio de verificações indiretas em sites confiáveis, que serviram para fundamentar a análise exploratória do objeto.

Palavras-chave: Onlyfans, Superinformação, Monetização, Análise, Tributação

Abstract/Resumen/Résumé

This essay aims at the legal analysis of the monetization model of OnlyFans, a social platform, born in the year 2016 in England, which has grown in recent years mainly among the adult content audience. Such platform has grown significantly in 2020, mainly with the adhesion of users considered famous to the platform and the free exposure of content that includes the absence of censorship, which has resulted in a significant increase in the interest of users for erotic content. At first, at work, there was a discussion about the era of superinformation. In sequence, the OnlyFans social network, its conceptualization and its way of interacting with the public had been defined. A study was also carried out on the legal model of monetization, starting from the definition of what monetization is up to the OnlyFans monetization system. Finally, it was concluded that the social network still has a long way to go, mainly in Brazil, a large consumer market for social networks. Luhmann's

Theory of Social Systems was adopted as an epistemological matrix, the method used was the deductive one. As a research technique, data analysis was used through indirect checks on reliable sites, which served to support the exploratory analysis of the object.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Onlyfans, Superinformation, Monetization, Analysis, Taxation

INTRODUÇÃO

Estamos vivendo mudanças gigantescas na economia, nas relações pessoais, na forma de exposição da imagem, no modo como relacionamos com as outras pessoas, nesse caminho temos a economia cada vez mais marcada por modelos de negócios que utilizam os dados pessoais para as mais diversas finalidades.

A chamada era da *big data* tem como ordem prioritária o máximo fluxo de coleta de dados, de forma que eles possam ser tratados e serem fonte de auxílio a tomada de decisão empresarial e também com novos modelos de site, a tomada de decisão pessoal, de forma a agregar e criar valor.

A humanidade passou por diversas transformações ao longo da história. Na área tecnológica, a Internet, em especial, revolucionou a maneira de se comunicar, reduzindo as fronteiras e permitindo a interatividade entre as pessoas.

O avanço tecnológico permitiu a criação do computador, na década de 50, aliando a tecnologia e a comunicação ao serviço de informação. Na década de 60, temos o nascimento da internet. Tal tecnologia trouxe a facilidade no tráfego de informações e potencialidade da comunicação entre as pessoas de todo o mundo, marcou o surgimento desse fenômeno.

A internet vem cumprindo com fidelidade o seu papel de romper com todas as barreiras, aproximando as pessoas, empresas, independentemente do local de onde elas estejam. Por outro lado a crise provocada pela pandemia do Covid-19 constitui uma questão econômica intricada. Os problemas empresariais dela decorrentes devem ser examinados com base nos sistemas complexos, que envolvem a caracterização da gestão estratégica em sua atuação evolucional; bem como a constatação de modelos de comportamento e incertezas críticas através da visão de uma nova perspectiva sobre a capacidade das empresas de incidirem na realidade territorial/social no período pós-pandemia.

No mundo digital temos formas infinitas reunião virtual através de um fluxo de informações contínuo e mutável, formam um cenário que é facilitado e disseminado pelas redes sociais. Temos nesse cenário o nascimento de novas redes, que se tornaram responsáveis pela ampliação do volume de conteúdos.

Um comportamento crescente nas redes sociais digitais é a exposição de si, imagens, conteúdos de mídia que são postados sem cessar em um ritmo frenético e acelerado, de forma que os indivíduos conectados querem mostrar ao mundo o que curtem, o que fazem, com quem fazem, onde fazem, o que gostam e consomem. É nesse cenário que nasce a rede social *OnlyFans*, rede essa que utilizaremos como base dos estudos neste ensaio.

Para aqueles que não conhecem o *OnlyFan*s em definição simplista, ela é uma rede social na qual qualquer pessoa pode criar um perfil e através deste perfil pode cobrar pelo acesso ao seu conteúdo, nela temos usuários e influenciadores publicam todos os tipos de conteúdo.

A plataforma nasceu na Inglaterra no ano de 2016, e tem crescido, mas no ano de 2020 ela tem alcançado mais usuários e principalmente chamado a atenção de pessoas consideradas famosas em outros ramos.

O presente trabalho adotou a Teoria dos Sistemas Sociais de Luhmann como matriz epistemológica com o objetivo ressaltar e conhecer o que é a rede social *OnlyFans*, sua conceituação/definição e analisar a sua forma de monetização. O método utilizado foi o dedutivo, como técnica de pesquisa utilizou-se a análise de dados por meio de verificações indiretas em sites confiáveis, que serviram para fundamentar a análise exploratória do objeto.

1 *ONLYFANS*

A humanidade passou por diversas transformações ao longo da história. Na área tecnológica, a Internet, em especial, revolucionou a maneira de se comunicar, reduzindo as fronteiras e permitindo a interatividade entre as pessoas. É devido a essa facilidade de comunicação que se diz que a sociedade vive a chamada "Era do superinformacionalismo".

> A evolução tecnológica ocorrida nos últimos tempos propiciou ao ser humano deparar-se com experiências ambivalentes. Por um lado, permitiu uma incrível massificação nas formas de comunicação, armazenamento e disponibilidade de dados, bem como o amplo acesso da população mundial a dispositivos eletrônicos de última geração, o que acarretou uma drástica modificação na vida da sociedade global. Contudo, por uma outra perspectiva, malefícios também foram trazidos à tona, como a permissividade a agressivas devassas à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem das pessoas em proporções incalculáveis – criando campo fértil para as discussões a serem enfrentadas quanto a um direito ao esquecimento como forma de

> resguardar a memória individual, desde que atendidos certos parâmetros. (FERREIRA, 2017p. 01)

Diante essa nova situação, a sociedade da informação deve ser tratada de um modo bem mais amplo do que simples ambiente de atuação digital de pessoas, não podendo ser reduzida apenas a um ambiente virtual, pois os reflexos do acesso à informação estão todos os meios de comunicação e não apenas no meio virtual, devendo tais reflexos serem analisados caso a caso.

> Eis então como se põe a questão: liberdade de expressão e suas naturais defluências (liberdades de informação e imprensa), colocadas em rota de colisão num aparente conflito com os direitos (fundamentais) da personalidade, que, como analisado, não puderam ser taxativamente listados nem pelo Código Civil nem pela Constituição Federal ou mesmo por qualquer outra espécie normativo. Considerando que o ser humano evolui, o Direito também deve fazê-lo, de molde a tutelar toda e qualquer maneira de violação à dignidade humana. (FERREIRA, 2017 p. 01)

Inquestionável é que o ser humano possui uma necessidade, ligada à sua própria essência, de se manter informado constantemente sobre tudo o que acontece a sua volta, independente se bom ou se ruim, ou dos efeitos que causam. Isso ocorre desde o início das civilizações. Um homem sem informação se tornaria um homem isolado. *"O direito de informação compreende o direito de informar e de ser informado, com a finalidade de fornecer subsídios para a formação de opinião acerca dos mais diversos assuntos."* (BOLDRINI, 2016. 49 p. 3).

Nos ensinamentos de Luhmann (1995), tem-se como ponto de partida o fato de que geralmente a comunicação é caracterizada mediante a metáfora da transmissão (*Übertragung*), que por sua vez dizemos que a comunicação transporta, transfere ou transmite notícias, mensagens ou informações de vários tipos, de um remetente ou emissor para um destinatário ou receptor.

Nesse caminho Luhmann (1995), podemos entender que deste uso que a essência da comunicação reside no ato da transferência (*Mitteilung*) ou ato comunicativo, de tal forma que o acento recai na habilidade daquele que comunica, transmite uma mensagem ou informa algo. Sendo necessária uma análise mais aproximada da comunicação do poder permite ver que a vontade ou a motivação apenas é conferida depois que se exerce o poder.

Nos ensina VITA (2010) que existe uma diferença entre tempos digitais entre si, é notar que com a tecnologia, a volatilidade no que diz respeito na rapidez da apropriação, propagação e retenção individual da paradoxal com o ambiente coletivo da internet.

No âmbito da teoria dos sistemas de Niklas Luhmann (1995), o poder acontece em todas as relações de comunicação da sociedade, de forma que o poder é um meio de comunicação simbolicamente generalizado, que disponibiliza à sociedade uma forma específica de comunicação para resolver o problema social de coordenação de ações.

No caminho da era da informação, o poder é a ela é transferido sendo idêntica tanto para o emissor como para o receptor. Nesse cenário nasce a *OnlyFans*, uma plataforma que existe desde 2016, ela consiste em uma rede social na qual qualquer pessoa pode criar um perfil e cobrar pelo acesso ao seu conteúdo, seja por assinatura mensal ou por venda avulsa. Ela é uma plataforma de compartilhamento de conteúdo que permitem aos criadores ganhar dinheiro online, ela permite que os criadores carreguem qualquer tipo de conteúdo, incluindo pornografia.

No mundo da super divulgação de conteúdo, essa plataforma é considerada uma alternativa mais viável e potencialmente segura de receber pagamentos de seus seguidores

> If you scroll through influencers' and models' Instagram feeds, some of them post pictures of themselves in their swimsuits; on Instagram that is as nude as it gets. Any form of more explicit nudity is against the platform's User Guidelines. That planted an idea in Tim Stokely's mind: in 2016, the owner of several soft-core cam websites launched OnlyFans, where influencers and models could post unfiltered explicit content and earn money with their nudes and porn videos (Bernstein). With their already existing fanbase on platforms such as Instagram, entertainers could easily build up their subscriber numbers – hence OnlyFans' tagline "Sign up to make money and interact with your fans!" (BROK, 2020).[1]

A plataforma de compartilhamento de conteúdo foi desenvolvida por uma empresa sediada em Londres, nela os criadores podem usar os serviços para oferecer vídeos, fotos e até mesmo oportunidades de bater um papo cara a cara por um preço. Mas a sua popularidade tem crescido na indústria do entretenimento adulto, mas não só pessoas ligadas ao ramo usam a plataforma

> Modelos, músicos, atores, especialistas em condicionamento físico e influenciadores usam OnlyFans para gerar receita. Eles podem receber dinheiro diretamente dos fãs mensalmente ou por meio de dicas e do recurso pay-per-view. Blac Chyna, por exemplo, cobra dos fãs US $ 50

[1] Se você percorrer os feeds do Instagram de influenciadores e modelos, alguns deles postam fotos de si mesmos em seus trajes de banho; no Instagram que é o mais nu possível. Qualquer forma de nudez mais explícita é contra as Diretrizes do Usuário da plataforma. Isso plantou uma ideia na mente de Tim Stokely: em 2016, o proprietário de vários sites de câmeras soft-core lançou o OnlyFans, onde influenciadores e modelos podiam postar conteúdo explícito não filtrado e ganhar dinheiro com seus nus e vídeos pornográficos (Bernstein). Com sua base de fãs já existente em plataformas como o Instagram, os artistas podem facilmente aumentar seu número de assinantes - daí o slogan do OnlyFans "Inscreva-se para ganhar dinheiro e interagir com seus fãs!" (BROK, 2020). (tradução livre)

> por mês para acessar sua página OnlyFans, e a rapper Rubi Rose ganhou US $ 100.000 no OnlyFans em dois dias postando fotos de seu Instagram. (TILLMAN, 2020).

A produção de conteúdo para a plataforma e sua divulgação, é utilizada para como uma alternativa mais viável e potencialmente segura de receber pagamentos de seus seguidores, mas o que chama bastante atenção é como ganhar dinheiro com a assinatura

> *In contrast to other online sex content providers such as PornHub, OnlyFans is not free. Fans pay a monthly subscription fee of $5 to $25 – 80 per cent of which is paid to the entertainers directly (Parham, "When Influencers Switch Platforms"). On top of that, subscribers can "tip" the entertainers to receive photos and videos at request, "according to their sexual tastes" (Bernstein). With that feature OnlyFans affords its subscribers the opportunity to "direct" their own pornographic films. In that sense, OnlyFans blurs the boundaries of who is producing media and who is consuming it (Deuze 24): anyone with a wild fantasy and the willingness to pay for it can direct as well as consume their on-demand personalised sex film. Whereas on Instagram influencers are dependent on sponsorships of companies, on OnlyFans the entertainers are thus sponsored by their fans – or in some cases, their "movie directors". (BROK, 2020).*[2]

Para definir o preço da assinatura, basta acessar o menu no perfil e o produtor de conteúdo pode definir as formas de pagamento, valores cobrados, definir uma conta bancaria para aí sim definir o preço e definir também a possibilidade de gorjetas. Existe também uma forma de ganhar dinheiro pelo sistema de mensagens

> Existem ferramentas adicionais que você pode usar para ganhar dinheiro no OnlyFan, incluindo mensagens pay-per-view ou PPVs. Este é o conteúdo que você compartilha, via mensagem, com seus fãs, mas eles têm que pagar para ver! Você pode enviar PPVs para contas individuais acessando em suas mensagens, escrevendo uma mensagem para a conta, anexando sua mídia e clicando na etiqueta de preço no canto inferior direito para definir seu preço.
> Para enviar PPVs a todos os seus fãs de uma vez, vá para a página de mensagens e selecione Nova mensagem e Todos os assinantes. Adicione sua mensagem, anexe sua mídia e clique no ícone da etiqueta de preço para definir seu preço. Clique em enviar e ele enviará para todos os seus assinantes. (TILLMAN, 2020).

[2] Ao contrário de outros provedores de conteúdo sexual online, como o PornHub, o OnlyFans não é gratuito. Os fãs pagam uma assinatura mensal de US$ 5 a US$ 25 – 80% dos quais são pagos diretamente aos artistas (Parham, "When Influencers Switch Platforms"). Além disso, os assinantes podem "dicar" aos animadores para receber fotos e vídeos a pedido, "de acordo com seus gostos sexuais" (Bernstein). Com esse recurso, OnlyFans oferece a seus assinantes a oportunidade de "dirigir" seus próprios filmes pornográficos. Nesse sentido, OnlyFans confunde os limites de quem está produzindo mídia e quem a está consumindo (Deuze 24): qualquer pessoa com uma fantasia selvagem e disposição para pagar por ela pode dirigir e consumir seu filme de sexo personalizado sob demanda. Enquanto no Instagram os influenciadores dependem de patrocínios de empresas, no OnlyFans os animadores são assim patrocinados por seus fãs – ou, em alguns casos, por seus "diretores de cinema". (BROK, 2020).(tradução livre)

Atualmente o conteúdo erótico é o chamado “carro chefe” dos criadores de conteúdo, como principal atrativo, uma vez que ela é uma plataforma que permite a criação indiscriminada de conteúdos, sem censura, o que leva ao surgimento de novos negócios e oportunidades.

2 MODELO DE MONETIZAÇÃO

Monetizar, em linhas gerais significa converter algo em moeda, dar valor a algo. É a forma de conseguir retorno financeiro por um produto ou serviço. Estamos vivendo a era do desenvolvimento tecnológico denominada de informacionalismo ou capitalismo informacional, o qual tem a informação como a base material e tecnológica da atividade econômica e da organização social (CASTELLS, 2002).

Nessa era do capitalismo informacional temos a presença da riqueza de dados e a diversidade de olhares diretamente ligados nas redes sociais, surge assim um paradigma sustentado pela sociedade informacional que está se desenvolvendo inevitavelmente em forma de rede, uma imensa quantidade de informação é produzida a cada segundo, nas redes sociais, nos *sites* visitados, formando um fluxo constante de informações.

O mundo digital trouxe novas formas de comercialização de produtos e serviços, criando novas forma de se ganhar dinheiro, gerar lucros e acumular capital, tanto pelas empresas quanto pelos usuários produtores de conteúdos, dessa foram os negócios celebrados através de um ambiente virtual, possuindo como objeto a transmissão de bens físicos ou virtuais e ainda serviços de qualquer natureza, inclusive o modelo da *OnlyFans* são formas de monetização.

A tarefa de monetizar uma serviço/produto na web vem sendo um grande desafio para empresas e gestores, existem diversas formas de agregar valor nos negócios na *web*, no intuito de encontrar caminhos que proporcionem a geração de lucros e a sobrevivência empresarial.

Em tal contexto Zambonini (2009) levantou algumas opções para gerar capital em uma aplicação web. E com o intuito de apresentar as dificuldades e requisitos para a implantação desses modelos, de forma que o sistema apresentado pela plataforma *OnlyFans* é tão somente uma das diversas formas, a plataforma ganha através do pagamento de conteúdo acessado pelos usuários consumidores de conteúdo, conteúdo esse criado pelo usuários que produtores, formadores de conteúdo.

Com o aumento do número de usuários na OnlyFans, principalmente usuários considerados famosos, chamados no meio da internet de influenciadores, surgem os criadores de conteúdo, com papel fundamental na conexão na rede social. Se de um lado temos pessoas em busca de conteúdos específicos, de outro lado temos criadores que se ligam diretamente aos usuários através do contato direto para oferecer aquilo que eles desejam, por um certo valor financeiro.

Temos aqui o protagonismo dos usuários criadores de conteúdo e dos usuários consumidores desse conteúdo, determinando tendências e nichos de público e de marcado na plataforma social. Em texto Eduardo Vieira (2016) fala sobre a mudança do cenário mundial relacionada a tecnologia

> Tecnologia todo mundo tem. Se você parar para contar, vai chegar fácil em mais de 300 ferramentas de medição somente no universo digital: softwares de monitoramento, análise de sentimento, analytics etc. Isso tudo é importante, mas virou commidity. A grande questão é saber como usar esses dados. E para isso é preciso desenvolver metolodogias de análise e inteligência que não são nada fáceis de criar.(VIEIRA, 2016).

Aqui nasce no mundo digital a voz do influenciador, do criador de conteúdo, não importando mais com agências de publicidade, com artigos de opinião, mais sim um novo panorama, no qual os criadores de conteúdo estão no domínio da tecnologia, do conteúdo e do dinheiro. Existem muitas formas de gerar valor através de conteúdos nas redes sócias, principalmente através de pessoas que desenvolvem técnicas para tal, trabalhado com marcas

> É preciso entender que nem tudo o que se faz em Influencer Marketing é pago. Sim, há celebridades que recebem dinheiro e produtores de conteúdo digital que só aceitam trabalhar para marcas se receberem grana. Esse é, digamos, o lado “mídia” dos influenciadores. Mas muitos deles são, em última análise, canais de informação para sua audiência fiel – e, como canais, precisam de informação, acesso e conteúdo pertinente a eles, da mesma forma que acontece com canais de mídia tradicionais. Esse é seu lado “editorial”, que jamais pode ser desprezado. Criar relacionamento e desenvolver parcerias legítimas, baseadas em benefícios mútuos e interesses em comum que não se baseiam em dinheiro é algo fundamental nesse processo – e, novamente, essa é uma área em que o pessoal de PR nada de braçada. (VIEIRA, 2016).

Nesse caminho precisamos entender que a monetização de informações seria a transformação de coisas que, a princípio, não possuem nenhum valor agregado, em coisas com algum valor, de modo que as informações pessoais podem ser utilizadas como um

instrumento para facilitar transações e, ainda, como o próprio objeto dessas transações (ADJEI, 2015).

Quando se fala em monetização nas redes sociais existem várias formas, desde o lançamento de vídeos patrocinados, anúncios de vídeos de canais considerando o número de visualizações, venda de produtos através dos aplicativos, existem também as chamadas *"shout out"* que através das *lives (transmissões ao vivo),* possibilitam a monetização, de forma que uma certa quantidade de visualizações gera valores financeiros.

No ordenamento jurídico brasileiro a Lei nº 13.709/2018, Lei de Proteção de Dados faz a previsão da monetização, mas com alguns limites. A Lei Geral de Proteção de Dados tem no consentimento do titular de dados a base para que haja tratamento de seus dados pessoais. Prevê que essa manifestação deve ocorrer de forma livre, informada, inequívoca e para uma finalidade expressa e determinada (art. 5º, XII, LGPD).

Já a Constituição Federal (1988) em seu art. 170, enumera os fundamentos e os princípios gerais da atividade econômica

> Art.170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:
> I - soberania nacional;
> II - propriedade privada;
> III - função social da propriedade;
> IV - livre concorrência;
> V - defesa do consumidor;
> VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; (...)

A principal questão envolvida com a monetização e a sua relação com a ordem econômica constitucional, está na liberdade contratual, que permite o produtor de conteúdo, aqui agente econômico, elaborar seu conjunto de atributos que terão valor econômico, monetizado, essa nova forma de comercialização de produtos e/ou serviços elaborado em um ambiente digital, que se mantem através amparado na autonomia da vontade e também na livre iniciativa.

Nesse caminho o Estado que primou pela livre atuação, livre concorrência e livre iniciativa econômica dos particulares, ao mesmo tempo delegou a prestação de determinados serviços públicos à iniciativa privada, reduzindo-se ao papel de agente normativo e regulador da atividade econômica, exercendo funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para

o setor privado. Dando liberdade assim para inclusive a regulamentação em certos pontos do sistema de monetização das atividades em redes sociais através dos sistemas das próprias empresas criadoras da plataformas.

3 MONETIZAÇÃO NO *ONLYFANS*

O *Onlyfans* plataforma de mídia digital que foi criada na Inglaterra em 2016 por Timothy Stokeley, a mídia social OnlyFans, que se desenvolve basicamente por meio de processos comunicativos, tem sido apresentada como uma nova maneira dos produtores de conteúdo ou influenciadores digitais se relacionarem com os seus seguidores, na plataforma em si não existe a veiculação de publicidade própria, mas existe a previsão expressa sobre a utilização de *cookies* para captação de dados, o que pode, em tese, ensejar uma outra forma de remuneração, com a comercialização de certos dados com terceiros, conforme explica

> Information collected by cookies and other technologies. Like most online services we use cookies. The cookies we use are the usual analytics and session cookies. (For your information: most web browsers are set to accept cookies by default. If you prefer, you can usually remove or reject browser cookies through the settings on your browser or device. Keep in mind, though, that removing or rejecting cookies could affect the availability and functionality of our services).[34]

Muitos usuários quando criam seus perfis em uma rede social como a *OnlyFans* já pensam em como ganhar dinheiro com assinatura e a produção de conteúdo, inicialmente para começar a ganhar em *OnlyFans*, você precisa adicionar suas informações de pagamento, verificar sua conta e definir o preço da assinatura. Depois de fazer tudo isso, você estará livre para começar a criar postagens e bloqueá-las atrás de seu acesso pago.

Os valores das assinaturas são de US$ 4,99 até US$ 50, não sendo permitida assinatura em valor superior ao estipulado. Na *OnlyFans* o criador de conteúdo tem a possibilidade de oferecer pacotes de assinatura, nos quais os usuários poderão assinar

---

[3] Disponível em https://onlyfans.com/privacy. Acesso em 20 dez. 2020.

[4] Informações coletadas por cookies e outras tecnologias. Como a maioria dos serviços online, usamos cookies. Os cookies que usamos são os habituais cookies analíticos e de sessão. (Para sua informação: a maioria dos navegadores da web é configurada para aceitar cookies por padrão. Se preferir, geralmente você pode remover ou rejeitar os cookies do navegador por meio das configurações do seu navegador ou dispositivo. Lembre-se, porém, que remover ou rejeitar cookies pode afetar a disponibilidade e funcionalidade dos nossos serviços). (tradução livre)

planos com dois meses ou mais e receberem descontos, sendo que o valor máximo desse pacote não pode superar US$ 250

> According to Wired, OnlyFans has 70,000 content producers that make content for about 7.5 million users and counting. OnlyFans had around 2000,000 new subscribers every day as of March, when countries started going into lockdown (Insider).
> The growth of subscribers on the platform illustrates how "platform businesses are becoming more central to public and private life, transforming all sorts of sectors", a practice that Poell et al. call "platformisation" (2). At the same time, selling sexual content on OnlyFans has become an inherent part of the "on-demand" or "gig" economy, in which supply and demand for labour are matched by an online platform (Aloisi 653). In the gig economy there are no worker benefits, no boss who tells you what to do and no regular income. Instead, anyone with a stable internet connection and a smartphone can participate in today's on-demand economy – that includes the online sex industry, too.(BROK, 2020)[5]

O crescimento de assinantes na plataforma ilustra como os negócios da plataforma estão se tornando mais centrais para a vida pública e privada, transformando todos os tipos de setores, tanto através da produção de conteúdos diversificados, como no consumo dos mesmo. Sem falar da facilidade de contato entre os produtores de conteúdo e os usuários através das mensagens privadas, sendo que o valor mínimo que se pode cobrar por mensagens privadas pagas ou as chamadas gorjetas é US$ 3,00. Conforme informa a plataforma o valor máximo para postagens pagas é de US$ 50 e o preço máximo para postagens privadas é de US $100. Ainda existe regras para às gorjetas, além das regras para os usuários que consumem o conteúdo, eles poderão gastar por dia até US$ 500, sendo que tal limite pode ser aumentado para usuários que estão na plataforma há muito tempo em situação regular (ONLYFANS, 2020).

Além dessas ferramentas já citadas ainda existe a possibilidade de ganhar dinheiro, incluindo mensagens no sistema de pay-per-view ou PPVs. Sendo um conteúdo compartilhado via mensagem, com os usuários consumidores do seu perfil, sendo que eles tem que pagar para enviar as mensagens.

---

[5] De acordo com a Wired, OnlyFans tem 70.000 produtores de conteúdo que produzem conteúdo para cerca de 7,5 milhões de usuários e contando. OnlyFans tinha cerca de 2.000.000 novos assinantes todos os dias desde março, quando os países começaram a entrar em bloqueio (Insider).
O crescimento de assinantes na plataforma ilustra como "as empresas de plataforma estão se tornando mais centrais para a vida pública e privada, transformando todos os tipos de setores", uma prática que Poell et al. chamam de "plataforma" (2). Ao mesmo tempo, a venda de conteúdo sexual no OnlyFans tornou-se uma parte inerente da economia "sob demanda" ou "gig", na qual a oferta e a demanda por mão de obra são combinadas por uma plataforma online (Aloisi 653). Na economia gig, não há benefícios para os trabalhadores, nenhum chefe que lhe diga o que fazer e nenhuma renda regular. Em vez disso, qualquer pessoa com uma conexão estável à Internet e um smartphone pode participar da economia sob demanda de hoje – que inclui também a indústria do sexo online. (BROK, 2020) (tradução livre)

A plataforma utiliza da prática inovadora da remuneração direta pelo usuário ao produtor para acesso ao conteúdo postado. Não existem dados reais divulgados pela plataforma, somente estimativas de que o seu faturamento seja entre 90 e 100 milhões de dólares e que em 2019, mas em decorrência principalmente da pandemia do Covid-19 no ano de 2020, tenha crescido mais de 300%, chegando a 60 milhões de assinantes. (THOMAS, 2020, p. 86-87).

Segundo reportagem divulgada na Revista Veja estima-se que a cada 24 horas, 250 mil novos assinantes são cadastrados na plataforma, sendo que o incremento de 42% na criação de novas contas somente entre março e setembro de 2020, durante a pandemia do Covid-19. (THOMAS, 2020).

A crise provocada pela pandemia do Covid-19 constitui uma questão econômica e de comunicação intricada. Os problemas decorrentes dela devem ser examinados com base nos sistemas complexos, que envolvem a caracterização da gestão estratégica em sua atuação evolucional; bem como a constatação de modelos de comportamento e incertezas críticas através da visão de uma nova perspectiva sobre a capacidade das empresas de mídia, de tecnologias de incidirem na realidade territorial/social no período pós-pandemia.

A crise do coronavírus trouxe uma série de impactos para a vida econômica, interrompendo o fortalecimento das cadeias globais, das empresas e alterando o estilo do trabalho. Ao seu passo para a rede social *OnlyFans* os reflexos da pandemia estão retratados no crescimento exponencial do acesso a plataforma e também nos ganhos. Os sistemas de tecnologia ainda não estavam preparados para tais mudanças, assim como as empresas que precisaram passar por mudanças estruturais tanta na forma de gestão quanto na prestação dos serviços, mas a plataforma tem se ajustado para essas mudanças. As consequências da epidemia trazem à tona o necessário debate sobre como gerir indicadores de complexidade para a identificação de ações e estratégias, uma vez que às empresas precisaram se adaptar à nova realidade.

Estamos em uma fase crítica, de muitas incertezas e até de um certo pânico em relação à saúde das empresas e das pessoas, é necessário buscar uma nova configuração para a sobrevivência empresarial, isso é o que a plataforma OnlyFans tem feito, trabalhar em todas as alternativas para suportar as mudanças que o ambiente empresarial está passando.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O novo caminho a se pensar para a realidade das dos sistemas de comunicação no novo mercado ligado as plataformas de mídias socias, principalmente na forma de se monetizar e gerar capital. Devemos entender que estamos em uma fase crítica, de muitas incertezas e até de um certo pânico em relação à saúde das empresas e das pessoas, é necessário buscar uma nova configuração para a sobrevivência empresarial, trabalhar todas as alternativas porque o ambiente empresarial vai passar por várias transformações.

Estamos vivendo um momento de mudanças e adaptações. As próximas décadas colherão os efeitos das mudanças causadas pela pandemia do Covid-19, as empresas precisam de adaptar a essa nova realidade, a crise do coronavírus trouxe uma série de impactos para a vida econômica, interrompendo o fortalecimento das cadeias globais, das empresas e alterando o estilo do trabalho.

A internet está cada vez mais presente na vida das pessoa, com a evolução das tecnologias, estamos migrando de meios de entretenimento padrão para formas diferenciadas oferecidas pela rede mundial de computadores. Essa nova forma de acesso a informação carrega consigo também uma nova forma de trabalhar, de adquirir conhecimento e também desenvolve novas formas de se conseguir "ganhar dinheiro", gerar capital.

Nesse mesmo caminho devemos entender que vivemos em uma sociedade que tem como regra prioritária o acesso excessivo a informação, é notório que o mundo moderno vem oferecendo grandes facilidades, e a alta tecnologia se atualiza a todo instante e junto a ela vêm as informações que constroem um laço entre a democracia e a participação efetiva de seus cidadãos.

No caminho do capitalismo informacional, na economia da informação, os dados pessoais tornam-se os mais valiosos ativos de grandes organizações empresárias, principalmente daquelas ligadas ao setor de tecnologia. Assim temos o nascimento da monetização, isto é, os dados pessoais são submetidos a determinados tratamentos que os transformam em informações de valor, seja por serem utilizadas como um instrumento para facilitar transações ou por se incorporarem o próprio objeto dessas transações.

A monetização de dados pessoais é uma realidade presente, sendo um modelo de negócio que dificilmente perderá espaço no panorama da sociedade informacional. Nesse caminho a *OnlyFans* vem se fixar no meio informacional, no chamado mundo digital com grande avidez, entre os consumidores de conteúdo e também os criadores de tais conteúdos.

No caminho do crescimento a plataforma *OnlyFans* utiliza da prática inovadora da remuneração direta pelo usuário ao produtor para acesso ao conteúdo postado. De forma que ainda não existem dados reais divulgados pela plataforma, somente estimativas de que o seu faturamento seja entre 90 e 100 milhões de dólares e que em 2019, mas em decorrência principalmente da pandemia do Covid-19 no ano de 2020, tenha crescido mais de 300%, chegando a 60 milhões de assinantes.

Ainda sem a existência de dados consistentes fora demonstrado que estima-se que que a cada 24 horas, 250 mil novos assinantes são cadastrados na plataforma, sendo que o incremento de 42% na criação de novas contas somente entre março e setembro de 2020, durante a pandemia do Covid-19, dados e fatos esses que deverão serem ainda comprovados no futuro, abrindo caminho para novas e inovadoras pesquisas.

Em uma ferramenta com tantas possibilidades e com um leque infinito de alcance, a forma de evolução da rede para a formação de uma cultura participativa dos usuários, gera um negócio rentável para os produtores de conteúdo de forma que a monetização pode ser base de renda para diversos usuários.

Considerando a liberdade de criação do perfil na plataforma, também considerando o modelo de monetização através de acesso mensal ou por venda avulsa, temos um crescimento vertiginoso de ganhos monetários no portal e de interesse de novos usuários, sendo que ainda existe muito a se discutir sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

ADJEI, Joseph K. Monetization of Personal Identity Information: Technological and Regulatory Framework. **IEEE Computer Society Washington,** Washington DC/EUA, 14 dez. 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Joseph_Adjei3/publication/325142873_Monetization_of_personal_digital_identity_information_Technological_and_regulatory_framework/links/5be99f48a6fdcc3a8dd1b2a1/Monetization-of-personal-digital-identity-information-Technological-and-regulatory-framework.pdf. Acesso em: 02 dez. 2020.

BOLDRINI, Fernanda. **DIREITO AO ESQUECIMENTO NO ORDENAMENTO JURÍDICO BRASILEIRO**: o conflito entre a liberdade de expressão, de informação e de imprensa versus os direitos da personalidade. Disponível em: 61

http://www.pucrs.br/direito/wpcontent/uploads/sites/11/2017/03/fernanda_boldrini_2016_2.pdf Acesso em: 02 dez. 2020.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Brasília: Câmara dos Deputados, 2020.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Institui a Lei Geral de Proteção de Dados. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 197, p. 59, 15 ago. 2018. PL4060/2012.

BERNSTEIN, Jacob. How OnlyFans Changed Sex Work Forever. **The New York Times**, 2019. Disponível em: https://www.nytimes.com/2019/02/09/style/onlyfans-pornstars.html%20. Acesso em: 12 dez. 2020.

BROK, Tom. You Can See Me Naked (After the Paywall): How OnlyFans Transforms the Online Sex Industry. **Master of Media**, 2020. Disponível em: http://mastersofmedia.hum.uva.nl/blog/2020/09/28/you-can-see-me-naked-after-the-paywall-how-onlyfans-transforms-the-online-sex-industry/ . Acesso em: 05 dez. 2020.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**: A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1. 6ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. 14. ed. São Paulo: Malheiros, 2008.

LUHMANN, Niklas. **Soziale systeme:** rundriss einer allgemeinen theorie. Frankfurt: Suhrkamp, 1987.

LUHMANN, Niklas. **Die kunst der gesellschaft.** Frankfurt: Suhrkamp, 1995.

ONLYFANS. Terms of Service. **Onlyfan**s, 2020. Disponível em: https://onlyfans.com/terms. Acesso em: 05 dez. 2020.

PEREIRA, Sérgio Henrique da Silva. **"Fake News",** ameaça à democracia humanística. Disponível em: Acesso em: 16 out. 2019.

THOMAS, Jennifer Ann. Nudez Milionária. **Revista Veja**, edição 2.705, Ano 53, no 39, 23 set. 2020.

TILLMAN, Maggie. O que é OnlyFans, quem o usa e como funciona?. **Pocekt-lint**, 2020. Disponível em: https://www.pocket-lint.com/pt-br/aplicativos/noticias/153545-o-que-sao-apenas-fas-que-o-usam-e-como-funciona . Acesso em: 10 dez. 2020.

VITA, Jonathan Barros. **Valoração aduaneira e preços de transferência**: pontos de conexão e distinção sistêmico-aplicativas. Tese de doutorado. São Paulo: PUC, 2010.

WHAT is OnlyFans? What parents need to know. I**nternet Matters**, 2020. Disponível em: https://www.internetmatters.org/hub/news-blogs/what-is-onlyfans-what-parents-need-toknow. Acesso em: 06 dez. 2020.

ZAMBONINI, Dan. Monetizing Your Web App Business Models. 2009. Disponível em: https://www.boxuk.com/insight/monetizing-your-web-app-business-model-options/. Acesso em: 14 fev. 2021.