



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS
MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS: CULTURA, DESIGUALDADE E
DESENVOLVIMENTO**

**DE OLHO NO BOY: IDENTIDADES, CONSUMO E
AFETIVIDADE EM APLICATIVOS DE
RELACIONAMENTO**

MARCO ANTONIO VIEIRA DE OLIVEIRA PARANHOS

**CACHOEIRA – BA
2019**

DE OLHO NO BOY: IDENTIDADES, CONSUMO E AFETIVIDADE EM APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO

Marco Antonio Vieira De Oliveira Paranhos
Bacharel em Ciências Sociais
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2016

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Maria Salete de Souza Nery
Linha de Pesquisa: Identidade & Diversidade Cultural

**CACHOEIRA – BA
2019**

P223m Paranhos, Marco Antonio Vieira de Oliveira.
De olho no boy: identidades, consumo e afetividade em aplicativos de relacionamento. / Marco Antonio Vieira de Oliveira Paranhos. Cachoeira, BA, 2019.

242f.; il.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Salete de Souza Nery.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Centro de Artes, Humanidades e Letras, Mestrado em Ciências Sociais.

1. Homens – Comportamento. 2. Homossexualidade Masculina. 3. Cultura e Tecnologia. I. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Centro de Artes, Humanidades e Letras. II. Título.

CDD: 306.766098142

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA
CENTRO DE ARTES, HUMANIDADES E LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS
MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS: CULTURA, DESIGUALDADE E
DESENVOLVIMENTO

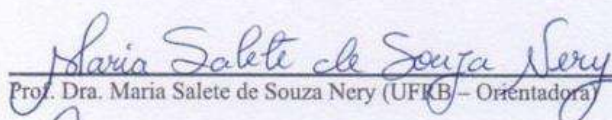
**DE OLHO NO BOY: IDENTIDADES, CONSUMO E AFETIVIDADE EM
APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO**

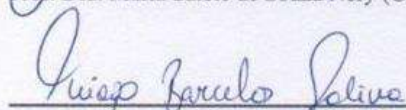
Dissertação submetida à avaliação para obtenção do título de Mestre em Ciências
Sociais do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia.

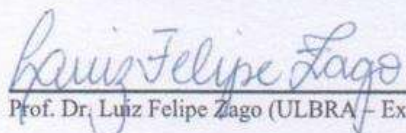
Comissão Examinadora da Defesa de Dissertação de
Marco Antonio Vieira de Oliveira Paranhos

Aprovada em 25 de setembro de 2019

Banca Examinadora:


Prof. Dra. Maria Salete de Souza Nery (UFRB) – Orientadora


Prof. Dr. Thiago Barcelos Soliva (UFRB) – Examinador Interno


Prof. Dr. Luiz Felipe Zago (ULBRA) – Examinador Externo

CACHOEIRA – BA
2019

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Nzambi, pela vida e por todo *ngunzu* que me trouxe até aqui.

À minha mãe Matamba, dona do meu mutuê, por toda força e energia que carrego, que sinto e através do qual me refaço. Obrigado Mam'etu, por ter guiado os meus passos e pensamentos. *Matamba Nengua Mavanju!*

E ao meu Tat'etu Kaviungo, pelos momentos de paz, autocontrole e segurança, necessários para seguir firme nessa jornada. *Dixibe!*

À minha família, majoritariamente feminina, que me ensinou desde muito cedo o papel do gênero na nossa sociedade: minha mãe, Adriana; minha avó, Analice; e minha irmã, Larissa. Muito obrigado por todo amor, respeito e apoio dado, principalmente durante essa difícil jornada enquanto um acadêmico das ciências sociais.

À minha família do Nzo Nkosi Mukumbi Dendezeiro, em especial ao Tat'etu Faraunge e a Mam'etu Kambaleci Luango. Obrigado pelo acolhimento, pelos ensinamentos, e por todo afeto e cuidado que recebi enquanto filho desta casa.

À minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Salete Nery, que me acompanha desde a graduação, enquanto minha grande mentora nas ciências sociais. Muito obrigado por ter confiado no meu trabalho e por toda dedicação, acessibilidade e generosidade ao longo da minha trajetória acadêmica, sobretudo durante esses últimos anos no mestrado.

Aos professores Dr. Luiz Felipe Zago e Dr. Thiago Barcelos Soliva, por aceitarem gentilmente o convite para a composição da banca examinadora de defesa. Em conjunto com a Prof.^a Dr.^a Ângela Figueiredo, pelas estimadas contribuições durante o exame de qualificação, em especial sobre a temática racial, extremamente necessárias para o enriquecimento desse trabalho.

À CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – pela concessão da bolsa de pesquisa que viabilizou esse projeto. Em meio aos cortes na educação pública e aos ataques ideológicos contra a ciência brasileira, principalmente na área de humanidades, reforço o compromisso das ciências sociais na construção de uma sociedade plural, igualitária e democrática.

À UFRB, que foi a minha casa durante sete anos; e, em particular, ao Centro de Artes, Humanidades e Letras e todo corpo dos cursos de graduação em ciências sociais.

Meus agradecimentos também se estendem ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais: todos os docentes, funcionários e colegas.

Ao grupo ECCOS – Corpo, Socialização e Expressões Culturais – pelas discussões teóricas entusiasmadas, presentes desde o meu período na graduação e iniciação científica.

Aos meus queridos e inseparáveis amigos: Vanessa Machado, Douglas Correa, Luana Souza, Humberto Machado Jr., Paulo Marcos Barros, Bruna Munique e Jessica Ribeiro. Obrigado pelas críticas, pelos momentos de companheirismo e pelas diversas trocas afetivas.

Da mesma forma, sou imensamente grato a todo apoio que tive dos amigos de Cachoeira, principalmente nos momentos de extrema dificuldade: Keith Ana Brito, Cicero Bernar, Dalila Brito, Caique Fialho, Mailson Pereira e Elaine Borges.

E, por fim, a todos os colaboradores desta pesquisa, pela confiança e disposição dada a esta empreitada.

Nzambi ua Kuatesa

Aweto!

EPÍGRAFE

Seu celular está sempre tocando (ou assim você espera).
Uma mensagem brilha na tela em busca de outra. Seus dedos estão sempre ocupados: você pressiona as teclas, digitando novos números para responder às chamadas ou compondo suas próprias mensagens. Você permanece conectado – mesmo estando em constante movimento, e ainda que os remetentes ou destinatários invisíveis das mensagens recebidas e enviadas também estejam em movimento, cada qual segundo suas próprias trajetórias. Os celulares são para pessoas em movimento.
Você nunca perde de vista o seu celular. Estando com o seu celular você nunca está fora ou longe. Encontra-se sempre dentro!

Zygmunt Bauman em *Amor Líquido*.



PARANHOS, Marco Antonio Vieira de Oliveira. **De olho no boy: identidades, consumo e afetividade em aplicativos de relacionamento**. 2019. 242 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais: Cultura, Desigualdade e Desenvolvimento) – Centro de Artes, Humanidades e Letras, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, 2019.

RESUMO

A presente dissertação é o resultado de uma pesquisa sociológica sobre as relações sociais estabelecidas pelos jovens homens gays no Recôncavo Baiano, em três aplicativos de relacionamento voltados para o público-consumidor homossexual masculino. A investigação esteve centralizada em torno de uma tríade de discussões: a primeira delas gira em torno da análise do processo de construção identitária dos usuários dos aplicativos, como eles se apresentam no meio on-line e como esses homens se relacionam; a segunda, em correlação com a primeira, promove a discussão identitária a partir da ótica dos estudos do consumo, compreendendo esses indivíduos enquanto consumidores e seus próprios produtos nesse mercado, a partir de suas imagens, discursos e interações desenvolvidas nestes espaços on-line; e, por fim, o debate da constituição do campo afetivo para estes homens: as relações de amizade, a busca por parceiros amorosos e as diversas interações sexuais realizadas por meio destas mídias digitais. A pesquisa procurou desenvolver um estudo empírico em um contexto regional, em um caráter distinto das pesquisas hegemônicas sobre homosociabilidade em aplicativos de relacionamento, trazendo os aspectos socioculturais específicos do Recôncavo Baiano, como a composição racial, a construção típica das masculinidades regionalizadas e o contexto singular da vivência homossexual para esses jovens no interior da Bahia.

Palavras-chave: Aplicativos de Relacionamento, Consumo, Identidades, Afetividade, Homossexualidades.

PARANHOS, Marco Antonio Vieira de Oliveira. **With eye on the boy: identities, consumption and affectivity on relationship apps**. 2019. 242 f. Dissertation (Academy Master in Social Sciences: Culture, Inequality and Development) – Centro de Artes, Humanidades e Letras, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, 2019.

ABSTRACT

This present dissertation is the result of a sociological research about the social relations established by the young gay men in the Recôncavo Baiano, in three relationship apps aimed at the male gay consumer-public. The research was centered around on a triad of discussions: the first is the analysis of identity building process from users in the apps, how they present themselves on-line and how these men relate: the second, in correlation with the first, promotes an identity discussion from the perspective of consumer culture theory, understanding these individuals as consumers and their own products in this market, based on their images, speeches and interactions developed in these on-line places; and finally, the debate about the constitution of the affective field for these men: friendship relations, the search for loving partners and the various sexual interactions performed through these digital media, bringing the specific sociocultural aspects of Recôncavo Baiano, such as racial composition, the typical construction of regionalized masculinities and the singular context of homosexual experience for these young people in the inner of Bahia.

Keywords: Relationship Apps, Consumption, Identities, Affectivity, Homosexualities.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Imagem promocional do aplicativo Tinder.....	41
Figura 02: Imagem promocional do aplicativo Grindr.....	43
Figura 03: Área do login e como criar um perfil no Grindr.....	45
Figura 04: Interface do aplicativo Grindr.....	47
Figura 05: Caixa de conversação do Grindr.....	48
Figura 06: Seções “Favoritos”, “Taps” e “Bloqueio”.....	49
Figura 07: Anúncios dos pacotes de assinatura do Grindr Xtra.....	50
Figura 08: Hornet – A primeira e única rede social gay global.....	52
Figura 09: Página inicial do Hornet: cadastro e login.....	53
Figura 10: Grade com os perfis do Hornet, e ao lado a caixa de interação.....	54
Figura 11: Hornet – Notícias e Locais.....	55
Figura 12: Imagens promocionais do aplicativo Hornet.....	56
Figura 13: Público consumidor do Hornet por idade e raça – global e nos EUA.....	57
Figura 14: Imagens promocionais do aplicativo Scruff.....	58
Figura 15: Interfaces do aplicativo Scruff - cadastro e grade dos perfis.....	59
Figura 16: Exemplo de um perfil no Scruff e suas funções.....	61
Figura 17: Scruff Eventos e Scruff Venture.....	62
Figura 18: Anúncios e notícias no aplicativo Scruff.....	63
Figura 19: Mapa do Território de Identidade do Recôncavo Baiano.....	64
Figura 20: Perfis de usuários do aplicativo Grindr, geolocalizados no Recôncavo Baiano.....	96
Figura 21: Perfis de usuários dos aplicativos Grindr e Scruff, geolocalizados no Recôncavo Baiano.....	97
Figura 22: Perfis de usuários do aplicativo Scruff, geolocalizados no Recôncavo Baiano.....	105
Figura 23: Perfis de usuários negros no aplicativo Scruff, geolocalizados no Recôncavo Baiano.....	118
Figura 24: “Os caras que você gosta estão aqui”.....	124
Figura 25: Perfil de um usuário do aplicativo Grindr, geolocalizado no Recôncavo Baiano.....	125
Figura 26: Perfis de usuários dos aplicativos Grindr e Scruff, geolocalizados no Recôncavo Baiano.....	128

Figura 27: Perfis de usuários dos aplicativos Grindr e Scruff, geolocalizados no Recôncavo Baiano.....	140
Figura 28: Imagens de usuários do aplicativo Scruff.....	160
Figura 29: Descrição de um perfil no aplicativo Scruff.....	217
Figura 30: Perfis de usuários “discretos e sigilosos” no aplicativo Scruff.....	218
Figura 31: About de um perfil de um usuário do aplicativo Grindr.....	219

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Distribuição etária da população do Recôncavo Baiano 2000-2010.....	65
Gráfico 02: Número de usuários dos aplicativos de relacionamento por cidade do Recôncavo Baiano.....	67
Gráfico 03: Distribuição dos usuários do Grindr por tribos.....	84
Gráfico 04: Número dos usuários dos aplicativos de relacionamento por idade.....	88
Gráfico 05: Preferências por blocos etários entre os usuários dos aplicativos.....	89
Gráfico 06: Distribuição dos usuários dos aplicativos por preferências sexuais adotadas.....	103
Gráfico 07: Preferências por performances sexuais adotadas entre os usuários dos aplicativos.....	104
Gráfico 08: Distribuição dos usuários dos aplicativos por cor/raça.....	114

LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Seção Smartphones – Resultados Trimestrais – 2018.....	33
Tabela 02: As marcas dos smartphones consumidas pelos usuários entrevistados.....	34

SUMÁRIO

Introdução	15
Capítulo 1 - Categorias Principais de Análise	26
1.1 – Cibercultura: dos computadores aos smartphones	26
1.2 – Dados nacionais sobre o consumo de smartphones e internet	31
1.3 – A era dos aplicativos	36
1.4 – Os apps gays: Grindr, Hornet & Scruff	42
1.5 – Considerações sobre o Recôncavo Baiano	63
1.6 – O perfil dos usuários	67
Capítulo 2 – Construções Identitárias na Contemporaneidade	77
2.1 – Os aplicativos como espaços de construções identitárias	77
2.2 - Geração Z e as buscas por faixa etária	84
2.3 – “Eu sou cabra macho!”: relações de gênero e construções de masculinidades .	90
2.4 – Homo Sexualis: sexualidades e performances sexuais	97
2.5 – “Questão de gosto”: relações raciais nos apps	106
2.6 – “Padrãozinho”: corporalidades contemporâneas na era do digital	121
2.7 – Marcadores regionais de identificação e busca.....	131
Capítulo 3 – A Constituição do Campo Afetivo.....	144
3.1 – O campo afetivo: teorias e implicações práticas	144
3.2 – Consumo afetivo: consumindo imagens, consumindo pessoas	151
3.3 – “Vários contatinhos”: a rede de amizades no meio on-line	163
3.4 – O amor nos tempos dos aplicativos: a busca por parceiros amorosos	171
3.5 – A caça sexual: sexo casual, nudes, sextings	177
Capítulo 4 – Desejo: Construções, Problemas e Perigos.....	189
4.1 – Breve histórico do desejo homossexual.....	189
4.2 – Questões sobre saúde no ciberespaço	202
4.3 – O armário on-line: sigilo e discrição.....	210
Considerações Finais	223
Referências Bibliográficas	235
Endereços Eletrônicos	241

INTRODUÇÃO

A presente dissertação começou a ser desenhada, ainda, em 2016, enquanto inquietações que emergiram durante a realização de uma pesquisa sociológica a respeito de como os jovens estudantes da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) consumiam o aplicativo de relacionamento Tinder¹, que culminou na construção de uma monografia intitulada *Tinder – um estudo sobre cibercultura, consumo, geração e construções identitárias na contemporaneidade*.

Nessa pesquisa, inserida em uma linha metodológica weberiana, analisava os múltiplos sentidos atribuídos ao consumo do aplicativo de relacionamento Tinder por jovens membros da Geração Z, residentes da cidade de Cachoeira e estudantes de diferentes cursos de graduação da UFRB. A análise desses sentidos atribuídos se estabeleceu através das diversas motivações que orientavam os usos, as trajetórias afetivas e as relações sociais desenvolvidas por esses usuários no interior do aplicativo. A pesquisa de campo também permitiu o acesso a perfis heterogêneos, desviantes em vários níveis de um tipo ideal de usuário que o Tinder supervalorizava.

A partir do contato com os colaboradores dessa pesquisa foi possível conhecer os outros tipos de aplicativos de relacionamento, destinados a públicos específicos de consumidores e que demandavam performances, códigos e agências bem distintas, em relação àquilo que o Tinder requisitava. Esses contatos, realizados em 2016, possibilitaram um maior discernimento sobre os aplicativos conhecidos popularmente como os “apps gays”², os aplicativos de relacionamento destinados ao público-consumidor homossexual masculino.

Famosos entre a comunidade LGBTQ³, dentro e fora do país, esses aplicativos são vistos enquanto similares entre si, possuindo estruturas que, apesar de haver traços em

¹ O Tinder é um aplicativo de relacionamento, destinado a todos os públicos, criado em 2012 por alunos da Universidade do Sul da Califórnia, nos EUA. No mundo, são mais de 100 milhões de usuários e só no Brasil possui mais de 10 milhões de perfis ativos, sendo classificado enquanto um dos dez serviços mais utilizados da web nos últimos dez anos (PARANHOS, 2016).

² Devido ao excessivo emprego de termos oriundos da língua inglesa, esta dissertação optou por não grafar em itálico tais palavras, principalmente pelo fato de que muitas delas já foram incorporadas ao cotidiano dos brasileiros, em específico aos colaboradores desta pesquisa.

³ A sigla refere-se às pessoas que se identificam enquanto: Lésbicas, Gays, Bissexuais, Pessoas Trans e Pessoas Queer. A sigla também abarca travestis, pessoas intersexuais e/ou outras representações de sexualidade e gênero que desviam da heteronorma, podendo apresentar as variações como LGBTTQ, inserindo outro “T” para travestis ou LGBTQIA+, acrescentando o “I” para pessoas intersexuais, “A” para assexuados e o “+” para representar qualquer outra pessoa que não seja amparada pelas outras letras.

comum com o Tinder, reivindicam de outra ordem de consumo afetivo, enquanto um novo horizonte relacional, um verdadeiro campo afetivo que está sendo constituído, recentemente, por esses agentes. É nesse cenário, então, que nasce *De Olho no Boy – Identidades, consumo e afetividade em aplicativos de relacionamento*.

A pesquisa apresentada nesta dissertação pretendeu analisar as múltiplas relações sociais e afetivas estabelecidas por jovens homens no Recôncavo Baiano, em três aplicativos de relacionamento semelhantes, voltados para o público-consumidor homossexual masculino, sendo estes: o Hornet, o Grindr e o Scruff. Os questionamentos desenvolvidos partiram de uma investigação acerca do universo em que os aplicativos estão inseridos: quem são esses homens, que consomem os aplicativos de relacionamento nessa região, e sob qual ordem essas relações estão sendo estabelecidas. Os homens geolocalizados no Recôncavo, residentes de diferentes cidades nessa região, que aceitaram participar desta pesquisa, também, foram enquadrados enquanto membros da Geração Z, pertencentes a diferentes raças, corpos e performances sexuais, mas, em sua maioria, homossexuais⁴.

A escolha dos aplicativos originou-se a partir das entrevistas realizadas com os usuários selecionados, que se apresentaram enquanto homossexuais, na pesquisa anterior, realizada em 2016. Outro fator de escolha se deu através da popularidade nacional e internacional dos mesmos (em termos, inclusive, do número de downloads desses aplicativos por país), principalmente entre os mais jovens. Após a seleção dos aplicativos, a investigação procurou estar em alinhamento com as recentes pesquisas acadêmicas sobre os usos dos mesmos, embora a grande maioria delas estivesse centralizada no Sudeste Brasileiro, ou também em outros países como os Estados Unidos, sendo ainda tímida a quantidade de trabalhos científicos sobre os usos desses aplicativos em outras regiões, como, por exemplo, o Nordeste Brasileiro, e até então sem nenhum que retratasse a dinâmica no território do Recôncavo Baiano e suas especificidades, como o contexto extremamente racializado.

Sendo assim, a pesquisa foi desenvolvida teoricamente a partir do contato com uma ampla bibliografia selecionada sobre o tema escolhido: primeiramente, através dos estudos socioantropológicos sobre as relações de consumo, tentando assim compreender o processo de mercantilização de si (comodificação) e o consumo dos outros dentro desses

⁴ Alguns homens bissexuais também foram entrevistados. A amostragem desses perfis encontra-se presente no Capítulo 1 e o debate sobre as sexualidades de ambos nos aplicativos encontra-se presente no Capítulo 2.

espaços on-line, por meio das interações, das imagens, dos discursos e dos demais elementos identitários acionados neste campo. A segunda parte compreende, também, o processo de constituição das próprias relações afetivas nesses espaços, originando um campo afetivo específico para os homens que se encontram nessa região, enquanto também relações de consumo, pautadas em capitais específicos, trajetórias desenvolvidas e posições ocupadas nessa estrutura, além das questões referentes à satisfação e felicidade dos consumidores, sistema de valorização/desvalorização, entre outros.

Nesse aspecto, os estudos da sociologia do consumo somam-se ao arcabouço da teoria dos campos sociais de Pierre Bourdieu e as elaborações acerca da Sociologia do Desejo, inspirada nas reflexões do sociólogo Richard Miskolci, que compreende a afetividade contemporânea a partir de uma “nova economia do desejo”, que emerge após o advento das novas mídias digitais móveis. Para Miskolci (2014, p. 273), se compreende, ainda, que o desejo homossexual e as relações de amizade, amor e sexo, que esses sujeitos desenvolvem nesses espaços, são orientados a partir de diversas configurações simbólicas com a nova ordem econômica, de trabalho e de consumo, sendo, agora, relações sociais mediadas digitalmente. E, por fim, a terceira parte, e última, se configura na análise do processo das construções das identidades desses consumidores, com base nos elementos identitários apresentados, como raça, gênero, geração, região, sexualidades, corporalidades e outros, essenciais para a apresentação de si, para a identificação do outro nos processos de busca e para o estabelecimento das relações mediadas pelas tecnologias conectadas ao ciberespaço.

Dessa forma, a problemática que norteou esta dissertação buscava compreender como são orientadas as relações de consumo e afeto nos aplicativos de relacionamento pelos jovens do Recôncavo Baiano. Para inferir sobre essa questão, a pesquisa procurou realizar um estudo sociológico, utilizando os recursos teóricos e metodológicos que compõem a teoria sobre a formação dos campos sociais simbólicos, elaborada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu, através das práticas e das trajetórias dos agentes pesquisados no interior dos aplicativos, da composição das estruturas vigentes, da caracterização dos diversos capitais acionados, e das posições ocupadas pelos usuários nessa hierarquia de poder existente, tão bem estruturada on-line quanto no off-line.

Em associação a isso, este trabalho também caminhou para um estudo sócio-histórico sobre o processo de construção das identidades desses usuários no Recôncavo Baiano, dentro e fora dos aplicativos, analisados com ênfase no impacto desses elementos identitários em suas próprias relações afetivas. Além disso, a pesquisa também contou

com a utilização dos recortes de região (Nordeste Brasileiro, Bahia e Recôncavo Baiano), gênero (com ênfase nos estudos de masculinidades), sexualidade (homossexualidade e demais sexualidades desviantes do padrão heterossexual), corporalidades (padrões estéticos e corpos dissidentes) e faixa etária (Geração Z).

Este estudo buscou analisar o consumo a partir dos usuários mais jovens, geolocalizados no Recôncavo Baiano e enquadrados a partir da categoria sociológica Geração Z. Essa classificação geracional delimita que são os membros todos aqueles nascidos após os anos 90. Contudo, esse pesquisa teve, em adição, outros sub-recortes geracionais: o primeiro consiste na delimitação temporal dos “Z”, compreendendo desde a década de 1990 até 2018 (quando a pesquisa de campo foi concluída); além disso, a inserção, apenas, daqueles “Z” com idade superior a 18 anos (idade mínima legal estabelecida em todos os aplicativos selecionados, apesar da existência de usuários menores de idade nesses espaços). No final, esta pesquisa teve o recorte de geração estabelecido entre aqueles com idade superior aos 18 e inferior a 28 anos⁵.

A pesquisa teve como objetivo principal compreender a constituição de um campo social simbólico específico, estruturado a partir das relações de afeto e consumo desenvolvidas pelos usuários nos aplicativos de relacionamento, voltados para o público-consumidor homossexual masculino, aqui selecionados a partir das relações estabelecidas entre os usuários geolocalizados no Recôncavo Baiano. Para a melhor compreensão desse objetivo, foi necessário o cumprimento de outros objetivos, mais específicos e auxiliares, como: a pesquisa sobre o consumo nacional, regional e local das tecnologias digitais e móveis, tais como smartphones, aplicativos e internet, inseridos naquilo entendido enquanto parte dos estudos sobre cibercultura e consumo; outro ponto de análise foi a identificação dos indivíduos enquanto consumidores, assentado nas leituras de seus componentes identitários, responsáveis pela categorização dos mesmos nos aplicativos, bem como também orientadores de seus gostos e das interações desenvolvidas nesse meio.

Em continuação, foi realizada uma análise sobre as relações de consumo nos aplicativos, através do papel dos agentes enquanto consumidores-produtos (comodificados), consumidos pelos demais usuários no processo de automercantilização, ao passo que também consomem os outros, por meio de suas imagens, discursos e demais elementos sociais e simbólicos, que eram acionados nestas interações; outro objetivo

⁵ Maiores informações sobre a geração, os recortes geracionais e os usos metodológicos dessa categoria sociológica na pesquisa encontram-se no Capítulo 2 (2.2 – Geração Z e as buscas por faixa etária).

específico desta pesquisa tratava-se da análise da afetividade contemporânea no meio on-line, através de uma perspectiva sociocultural e histórica, de como as diversas formas de relações afetivas, mediadas pelas tecnologias de informação e comunicação, foram se moldando até os seus estágios atuais, com um cuidado especial sobre a trajetória dos sujeitos homossexuais masculinos e, principalmente, sobre aqueles que se encontram no Recôncavo Baiano; e, por fim, as discussões que giram em torno do desejo homoerótico, como a negociação da visibilidade, a multiplicidade das práticas afetivas e as performances discretas e sigilosas nos aplicativos - o armário no meio on-line; além das diversas construções de masculinidade nesses espaços, a homofobia atrelada ao racismo e ao sexismo, e as questões relacionadas às DSTs, em associação com a higienização dos corpos na web.

Todo o trabalho esteve, também, marcado pelo levantamento de algumas hipóteses. A primeira delas era referente à especificidade do Recôncavo Baiano, em construir determinadas formas de masculinidades, através das clássicas figuras do “macho nordestino” e do “homem baiano”, abordado em diversas obras da literatura nacional, assim como a figura da “bicha afeminada”, em contraposição, estabelecendo ambivalências habituais entre dominante x dominado, supervalorizado x desvalorizado. Além disso, outra hipótese tratava-se do fator racial enquanto um importante marcador nesse território, tanto na construção dessas masculinidades baianas, quanto nas próprias relações desenvolvidas por meio dos aplicativos, caracterizando os estereótipos citados, mas também definindo a posição distintiva que brancos, negros e mestiços ocupam neste campo afetivo. E, por fim, a última hipótese seria de que a constituição deste campo simbólico de consumo e afeto estaria desenvolvida em torno de três linhas principais de relacionamento que se interseccionam: amorosos, amistosos e sexuais.

De Olho no Boy, dessa forma, busca promover uma síntese de décadas de pesquisas nas ciências sociais nas áreas da cibercultura, consumo e afetividade, atreladas aos estudos raciais, de gênero e sexualidade, em um estudo pioneiro no território do Recôncavo Baiano, justificando assim a importância de tal investigação para a compreensão dessas novas relações que estão reestruturando as formas como esses sujeitos estão vivenciando as suas identidades e as suas vidas afetivas nessa região.

DIGRESSÕES ETNOGRÁFICAS

A realização desta pesquisa foi um processo singular, divertido e extremamente enriquecedor. Iniciei a mesma ainda na formulação do projeto, como abordado inicialmente, em meados de 2016, quando me encontrava enquanto um usuário dos três aplicativos analisados em questão, bem como do Tinder, meu objeto de pesquisa anterior. Contudo, a inserção no campo enquanto um pesquisador das ciências sociais transformou a minha visão sobre os usos dessas mídias, possibilitando, inclusive, a compreensão dos diferentes campos sociais em que eles estavam inseridos.

A princípio, no primeiro semestre de 2017, uma observação não-participante foi realizada nos três aplicativos, na qual as suas estruturas foram dissecadas: os modos como operavam, as semelhanças e as diferenças que existiam entre eles, bem como as características gerais e específicas dos tipos de perfis que neles se apresentavam, a partir da geolocalização dos mesmos no território do Recôncavo Baiano, em comparação com outros territórios na Bahia, como as regiões metropolitanas de Salvador e Feira de Santana. Nesta primeira etapa, os perfis foram analisados em relação às imagens que utilizavam enquanto “fotos do perfil”, as categorias identitárias elencadas em seus perfis, como raça, gênero e sexualidade, a partir das configurações de cada aplicativo e, também, em relação aos conteúdos disponibilizados em suas caixas textuais. Todo o material, textual e imagético, foi armazenado, tanto em *screenshots*⁶, quanto em anotações, servindo inclusive como base para o segundo processo.

A segunda fase foi dividida em dois procedimentos simultâneos: o primeiro momento foi caracterizado por outra fase de observação, desta vez, enquanto um participante, na segunda metade de 2017, como um usuário ativo em cada um dos aplicativos. O segundo procedimento foi a realização das entrevistas, no começo de 2018 (de janeiro até agosto). Em relação ao perfil utilizado nessa segunda fase, inseri uma imagem pessoal enquanto uma “foto de perfil”, de modo que deixasse de forma bem nítida o meu rosto, em um ambiente claro, bem iluminado. Nenhuma informação adicional foi disponibilizada, com a exceção da idade (25 anos na época). Na caixa textual de apresentação (ou *about* como alguns aplicativos denominam), escrevi: “Cientista social

⁶ De acordo com o Dicionário Oxford, um *screenshot* consiste em uma imagem dos dados exibidos na tela de um computador ou dispositivo móvel, ou seja, neste caso trata-se de uma captura da tela do smartphone, transformando uma imagem (também conhecida como *print*).

baiano, realizando pesquisa sobre os aplicativos de relacionamento. Quer conversar sobre isso?”⁷.

O perfil, auxiliado com a mensagem, possibilitou que alguns usuários entrassem em contato comigo e, dessa forma, algumas entrevistas foram realizadas por meio dessa via. Não apenas, mas, também, o processo inverso foi desenvolvido, em que o meu perfil acionou os demais usuários que estavam geolocalizados no território do Recôncavo. O diálogo se estabelecia, inicialmente, com a apresentação da pesquisa, do que se tratava e quais eram os meus objetivos naqueles espaços, questionando os mesmos sobre a disponibilidade em proceder com a entrevista. Curiosamente, grande parte dos usuários apresentava interesse inicial na pesquisa. Contudo, a entrevista consistia em uma série de longas e complexas perguntas, em um roteiro semiestruturado, que inclusive possibilitava a inserção/criação de novos questionamentos a partir das respostas apresentadas, e nisso o interesse dos usuários iam enfraquecendo ao longo do processo, e a dificuldade em concluir as mesmas foi a etapa mais complicada desta investigação.

Ao final, foram concluídas vinte entrevistas, sendo dez delas realizadas no aplicativo Grindr, cinco no Scruff e cinco no Hornet. Justifico o maior número de entrevistas realizadas no Grindr por meio de um conjunto de fatores específicos: havia um maior número de usuários geolocalizados no Recôncavo neste período analisado, e com isso, foi mais fácil contatar mais usuários e realizar um maior número de entrevistas nesse aplicativo; o Hornet, nesta região, apresentou uma queda no mesmo número, e isso podia ser explicado pelo fato de ele ser considerado enquanto o “menos funcional” pela maioria dos colaboradores desta pesquisa; já o Scruff, de acordo com relatos dos colaboradores, começou a não funcionar corretamente em alguns aparelhos durante esse período, e, possivelmente, isso impulsionou, também, uma queda em seu número de usuários na região. Pouco tempo depois, o aplicativo Scruff, de forma global, começou a apresentar os novos usuários com contas *pro* (sua versão paga) pelo período de um ano gratuito, o que fomentou a entrada de novos perfis no aplicativo⁸. Foram esses e outros fatores que motivaram trazer o Grindr com maior centralidade nesta pesquisa.

⁷ O estilo de apresentação on-line, enquanto um pesquisador, foi baseado em um modelo similar proposto por Miskolci, em seu livro *Desejos digitais: uma análise sociológica da busca por parceiros on-line* (2017).

⁸ Nesse mesmo período, em 2018, também fui apresentado com uma conta *pro* do Scruff, com validade em até um ano. As análises estruturais do Scruff foram feitas antes e após a utilização da conta *pro* gratuita. O mesmo ocorreu com o Hornet e o Grindr, contudo nestes aplicativos tive que assinar um de seus pacotes anuais para analisar as diferenças existentes entre as versões pagas e gratuitas.

Todas as entrevistas foram realizadas nos próprios aplicativos, através de trocas de mensagens com os meus colaboradores, sendo assim, tornou-se necessária a defesa do espaço virtual como um ambiente metodologicamente válido para a elaboração e efetuação de uma investigação empírica nas ciências sociais. Através de nomes como Pierre Lévy, André Lemos, Christine Hine, Manuel Castells e Leonardo F. Nascimento, respaldo de forma teórica, metodológica e epistemológica esta pesquisa, com o auxílio de suas teorias e métodos, reforçando, inclusive, a necessidade da virtualização/digitalização das ciências sociais contemporâneas.

Também, neste trabalho, foi abandonada a discussão clássica entre virtual x real, enquanto ambientes opostos, entendendo esse debate enquanto algo ultrapassado em relação aos avanços das tecnologias digitais e dos próprios estudos sobre a cibercultura. Compreendo o ciberespaço enquanto um ambiente on-line que possui íntimas ligações com a “vida social exterior”, adotando então o virtual nesta pesquisa apenas como sinônimo de digital/on-line, ligado à cibercultura e ao ciberespaço.

Visto que estamos inseridos na era da conectividade ubíqua, torna-se extremamente complicado delimitar onde cada um desses espaços começa e termina. Da mesma forma em que procuro problematizar as noções de tempo/espaço em uma pesquisa social em ambientes on-line, adotando, também, o modelo de comunicação assíncrona com os meus colaboradores, em que as mensagens eram trocadas em distintas variações de tempo: desde entrevistas realizadas durante poucas horas, em um mesmo dia, a entrevistas que duraram semanas até a sua conclusão.

ABORDAGEM TEÓRICO-METODOLÓGICA

Em *Etnografia Virtual* (2004), a socióloga Christine Hine desenvolve uma análise teórica e metodológica sobre o desenvolvimento de pesquisas nas ciências sociais em ambientes técnicos e seus respectivos métodos “virtuais” de investigação. Sua proposta era de construir um modelo que problematizasse o uso da internet, a fim de compreender como ela afeta as relações sociais contemporâneas. Além disso, Hine também procurou analisar o papel desempenhado por essas novas tecnologias de comunicação e informação, em seus primeiros passos de popularização naquela época, no processo de construção do conhecimento tecnológico.

Inspirada pelos referenciais clássicos da etnografia geertziana, a socióloga estabeleceu uma ponte entre o passado, no modo de fazer uma ciência interpretativista, e

o futuro, com os impactos ocasionados pelo avanço das tecnologias digitais no mundo social. Em seus termos:

A etnografia virtual é adequada para o propósito prático de explorar as relações de interação mediada, mesmo que não seja bem real em termos metodologicamente puristas. É uma etnografia adaptativa que se propõe a adequar-se às condições em que se encontra (HINE, 2004, p. 82).

Assim, a etnografia virtual estaria interessada em observar todos os detalhes em relação a forma como as tecnologias digitais são consumidas, através de suas práticas, relações e símbolos, cabendo ao pesquisador interpretar esta realidade no ciberespaço com a mesma precisão de uma realidade convencional, contudo levando em conta as especificidades presentes em tal campo, como por exemplo as variações nas noções de tempo e espaço.

Na mesma linha, o sociólogo Leonardo Fernandes Nascimento chama a atenção para a timidez que as ciências sociais ainda têm em analisar as mudanças socioculturais ocasionadas pelas tecnologias digitais, negligenciando os efeitos deste fenômeno na sociedade, como também no próprio ofício do cientista social. Nesse sentido, torna-se uma emergência o aperfeiçoamento dos aspectos técnicos que compõem uma pesquisa no ciberespaço, assim como o avanço em termos do significado epistemológico das tecnologias digitais para a ampliação da imaginação sociológica (NASCIMENTO, 2016, p. 216).

O projeto de *Sociologia Digital*, como traçado por Nascimento (2016), estaria cumprindo o papel de uma nova forma de fazer ciência, suprimindo as lacunas existentes na forma mais clássica do fazer sociológico, buscando compreender as categorias tradicionais das ciências sociais como as relações sociais/de poder, as desigualdades sociais, as estruturas sociais e as práticas dos agentes sob uma nova ótica sociocultural e política, utilitária tanto para as antigas práticas científicas, quanto para a própria formação profissional e acadêmica, mas, principalmente, para a utilização em novos contextos, mais tecnológicos e virtuais, através do suporte dessas novas ferramentas analíticas e das aparelhagens metodológicas próprias.

Para além das influências dessas novas metodologias e epistemologias, próprias para uma pesquisa realizada em um ambiente virtual, esta pesquisa se fundamenta em torno da metodologia praxeológica, desenvolvida por Pierre Bourdieu. A *sociologia das práticas* (ou também conhecida como praxeologia) surgiu a partir de críticas desenvolvidas por Bourdieu em torno dos problemas existentes entre as duas principais

correntes epistemológicas clássicas nas ciências sociais: o objetivismo e o subjetivismo. Em síntese, enquanto o subjetivismo partia das experiências mais individuais, o objetivismo procurava compreender as estruturas que ordenam as práticas. A sociologia das práticas, portanto, nasce enquanto uma articulação entre as teorias da ação social e as teorias sobre a estrutura social, tendo como objeto:

[...] Não somente o sistema de relações objetivas que o modo de conhecimento objetivista constrói, mas também as relações dialéticas entre essas estruturas objetivas e as disposições estruturadas nas quais elas se atualizam e que tendem a reproduzi-la (BOURDIEU, 2002b, p. 46).

Para Bourdieu (2007a), um campo se caracteriza enquanto um espaço social onde relações objetivas são desenvolvidas pelos agentes, a partir de suas posições adquiridas hierarquizadas e dos capitais simbólicos acionados. A estrutura de um campo se define pelo estado das relações de força entre os agentes, em estado de luta contínua. Estes agentes encontram-se sempre em disputas constantes por prestígio, status, melhores posições, reconhecimento e conquistas, em um jogo eterno de relações de poder. Em sua teoria dos campos, Bourdieu define que cada agente é posicionado em um determinado campo, alicerçado pelos capitais simbólicos que dispõe e que a sua trajetória depende de uma série de condicionantes.

Apresentando os aspectos metodológicos da pesquisa, a dissertação tem a seguinte estrutura: o primeiro capítulo intitula-se *Principais Categorias de Análise*, sendo abordado o processo sócio-histórico do desenvolvimento estrutural da cibercultura e das tecnologias de comunicação e informação como computadores, smartphones e internet. As análises das práticas mediadas por essas tecnologias foram construídas, em especial, a partir dos dados nacionais sobre o consumo de smartphones e internet, fomentando a consolidação da era dos aplicativos e servindo para a caracterização dos aplicativos investigados nesta pesquisa. Além disso, considerações referentes à região baiana do Recôncavo, a geolocalização utilizada na pesquisa de campo nos aplicativos e à caracterização dos perfis dos usuários dessa região, tanto aqueles analisados nas variantes formas de observação, quanto àqueles que foram entrevistados.

O segundo capítulo trata-se de uma revisão teórica sobre o movimento de *Construções Identitárias na Contemporaneidade*, em especial no meio on-line e nos aplicativos de relacionamento, no qual os indivíduos são identificados através das identidades de gênero, das sexualidades e das performances sexuais desempenhadas; e, também, pelos seus discursos, representações e interações desenvolvidas através desses

aspectos. Além disso, destaca-se a análise sobre os fatores raciais de identificação, as buscas racializadas e as relações desenvolvidas por meio da raça; a influência dos aspectos regionais e culturais nas construções identitárias e o sistema de buscas por diferentes localizações; a caracterização da Geração Z e o enquadramento dos usuários nessa categoria sociológica; e as apresentações dos diferentes tipos de corpos e como eles se apresentam nos aplicativos.

Em *A Constituição do Campo Afetivo*, baseado nas teorias e metodologias formuladas por Bourdieu, há um esboço de uma teoria sobre o campo afetivo, a partir do estudo nos aplicativos de relacionamento, partindo da tese de que os usuários estão inseridos nesse sistema simbólico, em que suas ações e trajetórias dependem de uma série de elementos como os capitais afetivos que possuem, as disposições presentes em seus *habitus*, as relações de poder desenvolvidas, etc. Dessa forma, apresento neste terceiro capítulo como está estruturado o campo afetivo para esses homens, geolocalizados no Recôncavo Baiano, que consomem os aplicativos de relacionamento específicos para o público-consumidor homossexual masculino, fundamentado em torno de dois grandes eixos, que são paralelos: as relações de consumo e as relações de afeto - amizade, amor e sexo.

O quarto, e último capítulo, caracteriza o *Desejo* homoerótico, em suas construções sociais, os problemas socioculturais enfrentados historicamente e os perigos existentes ao vivenciá-los de forma livre e saudável, com uma maior ênfase nas especificidades da região e nas experiências dos homens gays no Recôncavo Baiano. Além de promover os debates sobre a formação dos “armários” no ciberespaço e as performances discretas e sigilosas nos apps; a homofobia, o heterossexismo e as diversas violências de gênero que ocorrem nessa região, acometendo esses jovens; e as noções sobre saúde da população homossexual e como as ISTs, em particular através do HIV/AIDS, são vistas em um ambiente virtual tido “higienizante”.

CAPÍTULO 1 - CATEGORIAS PRINCIPAIS DE ANÁLISE

1.1 – CIBERCULTURA: DOS COMPUTADORES AOS SMARTPHONES

No século passado, presenciamos uma verdadeira revolução sociotécnica ocorrer sob os nossos olhos, em que as tecnologias de informação e comunicação se desenvolveram e se popularizam, engendrando em diversas vicissitudes que impactaram diretamente o nosso cotidiano. Tanto os instrumentos tecnológicos, quanto a própria internet, tornaram-se elementos vitais para o estabelecimento das relações sociais contemporâneas, inclusive para aquelas relações que compõem o campo afetivo moderno.

Em um breve panorama histórico, tivemos: o surgimento e a democratização da televisão e o aperfeiçoamento do telefone e das linhas telefônicas, passando pelos primeiros computadores, os satélites de comunicação e a corrida espacial nos anos 60. Em seguida, a difusão da internet e a popularização dos microcomputadores, o *boom* das lan-houses e cibercafés, a criação de novos dispositivos eletrônicos e o desenvolvimento de novas mídias digitais como pagers, palmtops, CDs, celulares, câmeras digitais, webcams, DVDs, pen-drives e Blu-Ray. Até que alcançamos a atual fase do multimídia, quando todas essas invenções do passado foram sintetizadas em aparelhos singulares como notebooks e tablets, até chegar aos contemporâneos smartphones.

O sociólogo francês Pierre Lévy (1999) analisou como, na virada para o atual milênio, a sociedade começava a se tornar aquilo desenhado pelas ficções científicas do passado: um mundo totalmente digital. Não estávamos mais distantes do futuro, “estamos no futuro, somos o futuro”. Não tão fantasioso como o desenho animado *Os Jetsons*⁹, mas bem próximos. Estamos presenciando, enfim, a consolidação de uma transformação tão radical na vida cotidiana, que até então nenhuma ficção soube prever muito bem como seria: a cibercultura.

Trata-se de uma coesão entre a vida social e os dispositivos eletrônicos, suas tecnologias e as redes telemáticas. A cibercultura está inscrita no nosso dia a dia, presente em todas as atividades sociais, sejam elas de trabalho, lazer ou referentes à vida privada. Agora a cibercultura é o mundo, é a nova forma da cultura (LEMOS, 2013, p. 10-12).

⁹ *Os Jetsons* foi uma série de TV animada de ficção científica, produzida pela Hanna-Barbera nos anos 60. Tendo como tema a “Era Espacial”, o desenho animado mostrava o futuro da humanidade com carros voadores, robôs domésticos e outros artefatos de alta tecnologia, dando margem à imaginação sobre como seriam os futuros anos 2000.

Compreende-se, então, o neologismo cibercultura, a partir de Lévy (1999, p. 17), enquanto um conjunto de técnicas, materiais e intelectuais, de práticas, atitudes, modos de pensamento e valores que se desenvolveram juntamente com o crescimento do ciberespaço¹⁰. Não apenas como um projeto meramente técnico, mas a cibercultura pode ser entendida como a própria “cultura da contemporaneidade”, marcada principalmente pela convergência de construções sociais, com as diversas formas culturais globais e as novas tecnologias de informação e comunicação, *as tecnologias digitais*. De acordo com Henry Jenkins (2008, p. 27), essa convergência engloba transformações socioculturais, tecnológicas e mercadológicas, que vão desde a expansão da internet e o desenvolvimento da computação, até o aperfeiçoamento das comunicações móveis e a ampliação das redes de acesso à comunicação sem fio.

Os primeiros computadores, que na verdade eram calculadoras programáveis capazes de armazenar os programas, surgiram na Inglaterra e nos EUA por volta dos anos 40¹¹, marcando assim os primeiros passos da cibercultura. Inicialmente o seu uso era estritamente militar, enquanto uma máquina de guerra, utilizado na quebra de códigos criptografados durante a Segunda Guerra Mundial. Nesse período, os computadores eram conhecidos apenas enquanto grandes máquinas de cálculos, extremamente frágeis, que eram mantidos isolados em salas, sendo controlados apenas por cientistas. A informática, neste período, servia exclusivamente aos interesses científicos, sendo o seu consumo civil disseminado após os anos 70, através da comercialização do PC – *Personal Computer*, o computador pessoal.

No pós-guerra, as possibilidades da computação começaram a receber grandes investimentos governamentais, principalmente nos Estados Unidos, abrindo espaço para

¹⁰ O termo ciberespaço foi cunhado por William Gibson na obra *Neuromancer* (1984), e seria como uma alucinação consensual experimentada diariamente por milhões de operadores em cada nação. Nos anos 90, a expressão ciberespaço se popularizou, com a rápida expansão no número de usuários da rede, sendo utilizada para se referir ao espaço cibernético criado através do consumo de internet, enquanto um novo meio de comunicação que surge através da interligação mundial de computadores conectados em uma rede. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os indivíduos que navegam por meio desta rede (LÉVY, 1999, p. 17). Encorajando em um estilo de relacionamento quase que independente de lugares geográficos e da coincidência dos tempos, o ciberespaço se estabelece, principalmente, em torno de uma forma de comunicação que é assíncrona (op. cit., p. 50).

¹¹ A invenção do computador só foi possível graças ao artigo do cientista inglês Alan Turing, nos anos 30. Na década seguinte, a sua invenção permitiu a quebra dos códigos nazistas, contribuindo para a vitória dos aliados na Segunda Guerra Mundial. Anos depois, Turing foi investigado por suspeitas de ser um espião, uma falsa acusação que acabou levando a polícia britânica a descobrir que o cientista frequentava os locais de flerte para homens gays. Como a homossexualidade era considerada um crime no Reino Unido daquela época, como punição Turing sofreu castração química com estrogênio. A condição pós-castração culminou em seu suicídio em 1954, após morder uma maçã envenenada com cianeto (MISKOLCI, 2017, p. 17).

o desenvolvimento dos computadores, cada vez mais complexos e velozes (MISKOLCI, 2017, p. 19). Nos anos 70, com o desenvolvimento e a comercialização do microprocessador, devido aos interesses da corrida espacial, tornou-se possível a miniaturização dos dispositivos eletrônicos, possibilitando assim a capacidade deles em serem móveis, mais leves e funcionais, e assim começaram a se tornar, cada vez mais, populares. É nesse período, também, que o computador começa a ser utilizado enquanto um instrumento de criação de textos, imagens, músicas e jogos, fundindo a informática com as telecomunicações e as áreas de editoração, TV e cinema. Foi um dos primeiros processos de digitalização dos meios de comunicação, ainda na “era do analógico”.

Na vida civil, a microeletrônica permitiu a difusão de televisores, rádios e telefones, moldando uma nova realidade econômica, de trabalho e de consumo. A sociedade passava a estar, relativamente, mais exposta às mídias (MISKOLCI, 2017, p. 19). De acordo com o sociólogo André Lemos (2013, p. 80), as novas mídias digitais que apareceram com a revolução da microeletrônica, na segunda metade da década de 70, foram frutos da convergência entre a informática com as telecomunicações, como é o caso dos celulares que emergem em meados dos anos 80. Esses dispositivos eletrônicos começaram, então, a agir em duas linhas: prolongando e multiplicando a capacidade das tecnologias tradicionais e desenvolvendo novas fronteiras tecnológicas, na maioria das vezes, enquanto tecnologias híbridas, como é o caso do computador.

Durante os anos 80, o computador pessoal foi responsável pelo aumento da capacidade de agir e de se comunicar dos indivíduos (LÉVY, 1999, p. 23), sendo esse período marcado como a entrada na “Era da Informação”, uma época definida por meio das transformações, tanto nas formas de comunicação, como nas práticas do cotidiano, da vivência do espaço social e na forma de produzir e consumir informação e conhecimento (CASTELLS, 1999; LÉVY, 1999). As diferentes redes de computadores, que se formaram desde os anos 70, se juntaram umas às outras, enquanto o número de pessoas e computadores conectados entre si passava a crescer de forma exponencial, sendo os primeiros passos do desenvolvimento da internet e da cibercultura (LÉVY, 1999, p. 32).

Em 1969, a internet já tinha sido criada enquanto um protótipo (CASTELLS, 1999; MISKOLCI, 2017). A rede foi o resultado de um projeto da Agência de Projetos de Pesquisas Avançadas (DARPA – Defense Advanced Research Projects Agency), uma divisão do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (USDoD). Esse projeto foi nomeado como ARPANET, tendo como objetivo materializar um sistema de comunicação que não fosse vulnerável aos ataques nucleares, por isso formaria uma rede

sem centros de controle, capaz de interligar diversos computadores, que se encontravam geograficamente distantes, através de um conjunto de programas.

A ARPANET teve início ao conectar algumas universidades da costa oeste dos EUA, como a UCLA. Posteriormente, a rede foi dividida em ARPANET, destinada ao uso científico e MILNET para uso estritamente militar, em 1983. Nesse período, a ARPANET se estabeleceu enquanto uma rede de comunicação horizontal global, composta de milhares de redes de computadores. Outras divisões surgiram no mesmo período: BITNET (*Because it's time to network*) para universitários norte-americanos não-cientistas, e a CSNET (Computer Science Network, e depois NSFNET, em 1985), pertencente à National Science Foundation (NSF), ambas desenvolvidas em 1981, utilizando a ARPANET como espinha dorsal de comunicação. Ainda nos anos 80, o termo popularmente conhecido como “internet” passou a substituir o termo ARPANET, visto como “mais científico” (CASTELLS, 1999).

O termo internet (ou apenas *net*) veio de “internetworking”, uma ligação entre redes, que embora seja pensada enquanto uma única rede, na verdade, trata-se de um conjunto de todas as redes mundiais interligadas. Até grande parte dos anos 90, os não-iniciados ainda tinham dificuldade para acessá-la, sem contar que naquela época, principalmente no Brasil, poucos eram aqueles que podiam comprar um computador pessoal, e um grupo menor ainda era daqueles que podiam conectá-lo à rede, via internet discada (*dial up*).

Um novo salto tecnológico, ainda nos anos 90, permitiu a difusão da internet de forma global: a criação de um novo aplicativo, a teia “www”. A World Wide Web (www ou geralmente chamada apenas de *web*), criada por Tim Berners-Lee nos laboratórios da CERN (Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear) em Genebra, se caracterizou como uma nova função da internet, que passava a promover um agrupamento, em um único e imenso hipertexto/hiperdocumento¹², de todos os documentos e hipertextos que foram alimentados no ciberespaço, enquanto um grande sistema de hipermídia. Progressivamente, a web passava a se caracterizar enquanto um dos principais serviços disponíveis através da internet, organizando todos os sites por informação, e não mais por localização, oferecendo aos usuários um sistema mais fácil e prático de ser utilizado, enquanto uma verdadeira atualização do ciberespaço.

¹² Hipertexto refere-se ao texto em formato digital, bastante fluído e passível de ser reconfigurado. Já hiperdocumento compreende também sons, imagens e vídeos.

No Brasil, a internet chega em 1988, através da BITNET norte-americana, ligada à universidades e centros de pesquisa nacionais, como a UFRJ e a FAPESP. Posteriormente, durante o seu período comercial nos anos 90, o Ibase – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – criou o primeiro provedor de acesso à internet no país, o Alternex, inicialmente enquanto um serviço gratuito. Em uma tentativa de organizar o cenário, em 1995, nascia o Comitê Gestor da Internet no Brasil, enquanto uma estrutura governamental responsável por coordenar e controlar o funcionamento da internet no país, ativa até os dias atuais¹³.

Após quase 20 anos, a internet, no Brasil e no restante do mundo, se aprimorou, tornando-se mais dinâmica, mais fácil de ser manipulada e compreendida, e, conseqüentemente, mais democrática, global e totalizadora. Atualmente, nos encontramos na fase 2.0 da web, na qual grande parte da população mundial se encontra conectada ou, de alguma forma, em acesso à rede, apesar das diferenciações de localidades, nas formas e na qualidade dos acessos, dos tipos de tecnologias disponíveis, entre outros. Trata-se de um novo estágio tecnológico, repleto de redes sociais, aplicativos para dispositivos móveis, como smartphones e tablets, e sites mais transparentes na forma de exibir os seus conteúdos, estabelecendo conexões em qualquer lugar e a qualquer momento.

O usuário da internet, agora, é qualquer um: qualquer pessoa que tenha acesso à rede ou a um dispositivo conectado, que pode acessar as informações livres da web, sem necessariamente ser um profissional ou especialista; qualquer indivíduo pode criar conteúdo para internet, publicá-lo e consumi-lo; qualquer sujeito pode se comunicar com os outros, por meio de um dispositivo conectado, em qualquer ambiente ou tempo, possibilitando, inclusive, que usuários de diversos pontos geográficos, territorialmente distantes, possam se comunicar através dessas ferramentas ligadas ao ciberespaço.

O sociólogo espanhol Manuel Castells (1999) relaciona a forma deste novo modelo societário, em que tudo e todos estão conectados, ao conceito de *sociedade em rede* – uma sociedade passando por uma reconfiguração sociocultural complexa, baseada nas tecnologias móveis de informação e comunicação, fazendo com que as relações sociais dos indivíduos, que utilizam a internet para se conectar com o mundo, estejam em

¹³ Nos últimos anos, o Governo Federal procurou rever as condições de uso nacional, além dos direitos e deveres dos usuários da internet no Brasil, sob os interesses, inclusive, de tentar combater os crimes virtuais em ascensão. Em 2014, foi promulgada a lei que passa a regulamentar o uso da internet no país, o Marco Civil da Internet¹³, estabelecendo diretrizes de uso no território brasileiro, assim como as formas de atuação federal na rede.

intensa expansão dentro de uma atualização na concepção do espaço e do tempo. Uma dessas transformações consiste na mobilidade promovida por tecnologias digitais móveis, em que há uma articulação entre a comunicação e o movimento, informando sobre a nova capacidade do indivíduo em transitar pelo espaço de cobertura da rede, sem fios, mantendo-se conectado de forma contínua com outra dimensão, o comunicante e informacional ciberespaço (LEMOS, 2007).

1.2 - DADOS NACIONAIS SOBRE O CONSUMO DE SMARTPHONES E INTERNET

Os primeiros smartphones foram desenvolvidos enquanto combinações entre a telefonia móvel com os PDAs – os assistentes pessoais –, como o IBM Simon da empresa IBM, criado em 1993; e o Nokia 9000 da empresa Nokia, em 1996. O termo *smartphone*, contudo, só foi usado pela primeira vez em 1997, pela empresa Ericsson (CASTELLS, 1999, p. 83), compreendido enquanto um telefone inteligente que se destacava dos demais¹⁴. Com passar do tempo, os smartphones se consagraram enquanto os *celulares da era digital*, um dispositivo híbrido, móvel e de conexão multirredes (LEMOS, 2008), possuindo diversas funções avançadas, através de aplicativos executados por um sistema operacional, tão inteligente quanto os dos computadores comuns.

Em 2002, a BlackBerry lançou o seu primeiro smartphone, o modelo 5810, que dominou o mercado durante anos. Já em 2007, a Apple lançou o seu primeiro iPhone, o primeiro modelo no mundo com tela sensível ao toque. A empresa já era consagrada no ramo da computação por ter reinventado os modelos de computadores pessoais nos anos 80, além de ter desenvolvido uma série de outros artefatos de alta tecnologia nos ramos da informática e das telecomunicações, consolidando um mercado ativo e inovador até hoje, principalmente com as diversas gerações posteriores do iPhone.

¹⁴ A invenção do telefone móvel, data-se desde os anos 40, no período da invenção do transistor, pelo Laboratório Bell, nos EUA. Em 1956, a Ericsson desenvolveu também o seu primeiro modelo, e a Motorola em 1973, formando a Primeira Geração desses aparelhos analógicos. Em 1991, vieram os modelos 2G, possibilitando o envio de mensagens entre celulares, conhecido como sistema de SMS – Serviço de Mensagens Curtas –, e, posteriormente, os modelos 2.5G, permitindo os primeiros acessos à internet através do sistema GPRS – Serviços Gerais de Pacote por Rádio –, em 1993. Essas gerações secundárias marcaram a entrada da telefonia na fase digital. Em 2001, no Japão, foi lançado o primeiro celular 3G, chegando as primeiras transmissões do sinal no Brasil em 2004, pela empresa de telefonia Vivo. Hoje, inclusive no Brasil, algumas empresas de telefonia móvel já operam com redes 4G, 4.5G e 5G.

No presente, grande parte do público-consumidor global tem o smartphone enquanto a principal forma de se conectar à internet, e, em termos de consumo, ultrapassa o próprio uso do computador pessoal. Isso se explica através de sua própria constituição estrutural: um aparelho que reúne todas as propriedades de um computador convencional, somadas as de um telefone celular comum. Nas sociedades contemporâneas, os smartphones passaram a funcionar como verdadeiras extensões do indivíduo, mantendo-os conectados em qualquer momento e em qualquer lugar. Nesse cenário, tornou-se comum as pessoas dizerem algumas frases do tipo: “estou on-line agora”, “fiquei sem bateria” ou “tô sem sinal!”, enquanto verdadeiros *ciborgues*, meio humanos e meio máquinas. Estamos sempre on-line, integrados de forma muito mais ampla ao tecido social tecnológico, mais do que qualquer outra ferramenta já foi capaz de fazer.

Atualmente, torna-se fato que o Brasil é um dos maiores consumidores em tecnologia no mundo, em especial das tecnologias móveis digitais. De acordo com os dados apresentados pela 29ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV – SP) em 2018, são cerca de 220 milhões de smartphones em uso no país, consolidando, assim, a média de mais de um aparelho por habitante¹⁵.

Desde 2014, o Brasil passa a ocupar a sexta colocação no ranking dos maiores consumidores de smartphones no mundo¹⁶, de acordo com a pesquisa *Smartphones Users and Penetration Worldwide* (2013-2018), realizada pela empresa eMarketer. O consumo de smartphones tornou-se ávido nos últimos anos, devido, principalmente, a um programa social de inclusão digital, criado pelo Governo Federal em 2005, que reduziu os preços dessas mercadorias, possibilitando uma quantidade ainda maior de brasileiros com a capacidade financeira de adquirirem tais bens. Em associação a esse cenário, o país se encontrava em um longo período de economia gradativa, até o começo de 2014, que fomentou o crescimento das classes médias, principalmente no surgimento da nova classe C¹⁷, e seu respectivo poder de consumo.

¹⁵ A mesma pesquisa também mostrava o número de computadores em uso no Brasil – entre desktops, notebooks e tablets – 174 milhões de unidades até maio de 2018 –, somando um total de 394 milhões de dispositivos em uso, em conjunto com os smartphones. Ver mais em: <http://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2018gvciappt.pdf>. Acessado em 20/08/2018.

¹⁶ Em termos nacionais, a Bahia ocupa o quarto lugar entre os estados brasileiros com maior número de celulares por habitantes, de acordo com dados fornecidos pela Anatel. Ver mais em: <http://www.teleco.com.br/nceluf.asp>. Acessado em 20/08/2018.

¹⁷ A classe C diz respeito a uma caracterização específica de um grupo através de fatores socioeconômicos e culturais, referentes a status, estilos de vida, poder aquisitivo, renda e posição social. A divisão hierárquica através do alfabeto latino insere as classes superiores como A e B, a C como intermediária, e as classes D

Entre 2015 e 2016, o mercado começou a ter a sua primeira queda, em decorrência de diversos fatores, como um longo período de dólar elevado e uma crise generalizada na política e na economia nacional. Mesmo com a queda nas vendas, nos últimos anos, o Brasil conseguiu se manter na quarta posição do ranking dos países que mais vendem smartphones no mundo, permanecendo ainda enquanto um mercado estratégico para os fabricantes de telefonia móvel (IDC Releases, 2017). Nesse mesmo período, o país se consolidou, também, no mercado mundial, ocupando o quinto lugar na lista dos principais mercados para as empresas de telefonia móvel, de acordo com dados de 2017 apresentados pela empresa de consultoria Teleco.

Após dois anos de queda, o mercado de smartphones voltou a crescer em 2017, com mais de 47 milhões de smartphones sendo comercializados, em um crescimento de 9,7%, em relação aos mesmos dados obtidos em 2016 (IDC Releases, 2018). Tratava-se de um total de 94% dos celulares comercializados no país, sendo os 6% restantes compostos pelos *feature phones*¹⁸, como fica ilustrado na tabela abaixo:

Milhões	1T16	2T16	3T16	4T16	1T17	2T17	3T17	4T17	ΔTri	ΔAno
Celulares tradicionais	0,9	1,3	1,4	1,4	1,0	0,7	0,7	0,7	-	(50,7%)
Smartphones	9,3	10,8	11,2	12,2	11,4	12,1	11,7	12,5	6,8%	2,3%
Total de Aparelhos	10,2	12,0	12,6	13,6	12,4	12,8	12,4	13,2	6,5%	(3,2%)
%Smartphones/Cel.	91,5%	89,5%	89,2%	89,6%	91,9%	94,5%	94,4%	94,7%	-	-

Tabela 01: Seção Smartphones – Resultados Trimestrais – 2018.
 Fonte: Teleco. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/smartphone.asp>

Antes da pequena queda no mercado, o período antecessor era considerado como a “era de ouro” para a tecnologia móvel digital, no mundo e principalmente no Brasil, tendo os smartphones enquanto os produtos mais consumidos no ramo das tecnologias de uso pessoal. Esse período de consumo elevado chegou ao seu ápice em 2014, após cinco anos consecutivos de expansão no território nacional. Nessa época, houve uma grande substituição dos antigos modelos de celulares pelos atuais smartphones, ocasionando

e E como as inferiores. Contudo, não há unanimidade na sua definição, estando sujeita a variações no tempo, e até em um mesmo espaço, ao depender das metodologias de pesquisa e das análises críticas adotadas.

¹⁸ Os *feature phones* são celulares com alguns recursos disponíveis, enquanto modelos mais simples do que um smartphone e semelhantes aos celulares analógicos, os modelos tradicionais do passado. Os aplicativos de relacionamento analisados nesta pesquisa não funcionam em aparelhos do tipo *feature phone*, devido à falta de um sistema operacional compatível. Por esta razão que trago os smartphones com uma maior centralidade nesta pesquisa.

assim uma queda nas vendas dos tipos tradicionais. Apesar desses celulares ainda existirem no mercado atual, a comercialização, como se observa na Tabela 01, vem sofrendo quedas bruscas, tornando-se cada vez mais um aparelho tido como obsoleto.

Um dos fatores que culminou na retomada do crescimento nas vendas dos smartphones foi a diminuição no preço dos produtos, realizado pela própria disputa de mercado entre as empresas fabricantes. Grande parte das vendas (cerca de 50%) dos smartphones foram realizadas pelos modelos de valores “intermediários”, na casa dos 700 a 1100 reais. 22% pertencentes aos chamados smartphones de “entrada”, no valor médio em até R\$ 600, 20% referente aos smartphones “high-end”, entre R\$ 1100 e 1999, 3% do mercado com os aparelhos tidos como “premium”, na faixa entre R\$ 2000 e 2999 e 5% para aqueles smartphones que custavam acima de R\$ 3000, chamados de “super premium” (IDC RELEASES, 2018). Entre os entrevistados desta dissertação, a maioria dos smartphones se enquadrava entre os tipos intermediários, a partir dos valores médios destes aparelhos enquanto novos no comércio.

Além do preço, a marca dos smartphones sempre foi um elemento importante para os brasileiros no consumo dessas tecnologias, bem como de outros produtos eletrônicos. De acordo com Leonardo Munin, analista de pesquisa do mercado de celulares da IDC para América Latina (2018): “Esta consolidação é global, mas no Brasil acontece em ritmo mais acelerado, já que aqui a questão da marca é muito forte e, se a diferença de preço é pequena, o brasileiro opta pela grife”. O fato de o brasileiro preferir a compra de smartphones através da grife/marca trata-se de orientação de ordem simbólica, em que para além dos signos conferidos aos objetos consumidos, também se confere status e distinção para aqueles que o consomem. Nesta pesquisa, as marcas consumidas pelos usuários entrevistados foram:

Marca do Smartphone	Número de usuários entrevistados
Motorola	8
LG	5
Samsung ¹⁹	3
Apple	2
ASUS	2

¹⁹ De acordo com os dados apresentados pela Teleco e pela IDC, em 2018, a Samsung é a empresa campeã no ranking de vendas de smartphones no Brasil. Em termos globais, a Samsung também é a líder no mercado, em uma disputa acirrada com a concorrente Apple.

Tabela 02: As marcas dos smartphones consumidas pelos usuários entrevistados.
Fonte: Elaboração própria a partir de informações apresentadas nas entrevistas.

Em relação ao sistema operacional, 95% dos aparelhos vendidos em 2017 possuíam o sistema operacional Android e quase 5% pertencia ao sistema operacional iOS, mantendo a média no mercado desde 2014. O Android se consolida enquanto o sistema operacional mais utilizado pelos brasileiros²⁰, sendo o seu alto consumo compreendido, principalmente, através do valor médio dos aparelhos dessa tecnologia, que estão bem próximos ao gasto regular do brasileiro em smartphones intermediários, diferente de outras tecnologias, como é o caso dos aparelhos da iOS, exclusivo da empresa Apple, com valores mais próximos dos tipos *premium*. Ainda, em acordo com a Tabela 02, apenas 10% dos usuários entrevistados utilizavam smartphones com sistema operacional iOS, restando os demais com a tecnologia Android, distribuída em quatro diferentes marcas (ASUS, LG, Motorola e Samsung).

O usuário de um smartphone possui uma diversidade na forma de se conectar com a internet em áreas de acesso, seja através da rede de dados disponível pelas operadoras de telefonia móvel (redes móveis nos formatos 2G, 3G, 4G), que já abrange grande parte do território nacional²¹, em diferentes empresas e planos de dados, como também pela rede de Wi-Fi, através de internet fixa privada.

Em conformidade com a pesquisa Global Mobile Consumer Survey (GMCS), realizada pela empresa Deloitte em 2017, o Wi-Fi se caracteriza como a forma de conexão à internet mais utilizada pelos brasileiros, por se tratar de uma via mais rápida, e com qualidade superior, possibilitando, inclusive, o melhor funcionamento dos aplicativos, inclusive para acessar os aplicativos de relacionamento, através dos relatos expressos pelos usuários entrevistados. Outro dado obtido por meio das entrevistas consiste na relação com gasto médio, em dinheiro, com internet pelos jovens do Recôncavo Baiano, que afirmaram girar em torno dos R\$ 50,00 mensais, gastos, principalmente, com a internet fixa residencial.

²⁰ Sistema operacional desenvolvido pela empresa multinacional de serviços on-line Google em 2008, especialmente para dispositivos móveis *touchscreen*, de tela sensível ao toque. Atualmente, há outros sistemas operacionais em circulação no mercado, como o Windows Phone da empresa Microsoft e o BlackBerry OS da empresa BlackBerry.

²¹ Até o primeiro trimestre de 2018, de acordo com a Teleco, a líder nacional em acessos via banda larga móvel era a empresa de telefonia móvel Claro. O mercado brasileiro de telefonia móvel encontra-se consolidado entre quatro grandes empresas: Claro, Oi, Tim e Vivo.

Com a popularização dos smartphones, o tempo em que os brasileiros passam conectados à internet triplicou nos últimos anos, estabelecendo-se também como um dos países com maior número de usuários por tempo on-line, por meio dos dispositivos móveis (GlobalWebIndex, 2015). O aumento no número de brasileiros com acesso à internet também se apresenta no Suplemento de Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) da *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios* (PNAD) de 2014, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), na qual mais da metade dos 67 milhões de domicílios brasileiros passaram a ter acesso à internet naquele ano, sendo 60% deles nas áreas urbanas. O smartphone, inclusive, já era usado por cerca de 80% das casas que possuíam acesso à internet, sendo que a maior proporção desse uso foi registrada no Nordeste, com o consumo em 92,5% das residências.

1.3 - A ERA DOS APLICATIVOS

A cibercultura trouxe consigo a consolidação de uma série de novas eras. A era do digital, a era de ouro dos smartphones, a era informacional, tão bem desenhada por Manuel Castells (1999), dentre outras. Sem dúvidas, outra “era” que se estabelece, a partir da conjunção de todas as anteriores, trata-se da *era dos aplicativos* para dispositivos móveis digitais, os aplicativos para os smartphones e tablets.

De acordo com Lévy (1999, p. 41), o ciberespaço não compreende apenas materiais, informações e pessoas, ele também é constituído por “seres estranhos”, que são meio texto, meio máquina, seres que são meio atores e meio cenários: os aplicativos. Um aplicativo, ou programa, é uma lista bastante organizada de instruções codificadas, destinadas a fazer com que um ou mais processadores execute uma determinada tarefa. Através dos circuitos que os comandam, os aplicativos interpretam dados, agem sobre informações, transformam-se em outros programas e em outras funções, fazendo funcionar dispositivos e redes.

Os aplicativos (ou em sigla app) permitem ao dispositivo prestar serviços específicos aos seus usuários, através dos seus sistemas operacionais, que são tecnologias inteligentes que gerenciam os recursos dos dispositivos, organizando-os. É dessa forma que um aplicativo pode funcionar em diferentes aparelhos, sendo necessário apenas um sistema operacional compatível. Ao passar dos anos, os aplicativos se tornaram cada vez mais abertos à personalização evolutiva das funções, sem que seus usuários fossem obrigados a aprender noções de programação (LÉVY, 1999, p. 43).

Os aplicativos, como atualmente são conhecidos, são sinônimos dos convencionais programas de computação, estando presente na constituição dos smartphones desde o desenvolvimento do primeiro modelo, o IBM Simon, com funções básicas de fábrica como calendário, relógio mundial, bloco de notas, entre outros. Depois vieram os aplicativos que enviavam e recebiam e-mails, no primeiro smartphone da BlackBerry, em 2002. Em seguida, a Google, através do sistema Android, e a Apple com os seus primeiros iPhones, começaram a investir no desenvolvimento de aplicativos-padrão, no intuito, inclusive, de criar uma identidade para suas tecnologias através de aplicativos de uso exclusivo para seus sistemas operacionais.

O uso dos aplicativos para smartphones vem aumentando gradativamente, principalmente, em virtude de serem serviços que “facilitam” o cotidiano das pessoas, reunindo várias funções para administrar todas as suas “vidas”, como a profissional, a familiar, a acadêmica e, em especial aqui, a afetiva. O principal intuito se caracteriza em deixar as práticas sociais cada vez mais interativas, conectadas totalmente à internet, longe dos desconfortos ocasionados pelas burocracias da “vida em sociedade”, como por exemplo, o pagamento de uma conta através de um dispositivo on-line, em poucos minutos, ao invés de permanecer horas, em pé, em uma fila de banco.

A era dos aplicativos reinventou o uso da internet. Para Miskolci (2017, p. 23), o acesso deixou de ser um ritual esporádico e passou a ser, cada vez mais, constante e ininterrupto, naquilo que Manuel Castells (1999) chamava de conectividade perpétua. Com a popularização dos aplicativos, a partir do advento dos smartphones, a navegação tornou-se otimizada, mais ágil, com menor custo de acesso, visto que o tráfego de dados é menor, devido a sua interface adaptada.

Hoje, existem aplicativos para todos os gostos, interesses e necessidades. Progressivamente, os serviços prestados por diversas empresas passaram a ser projetados exclusivamente para as mídias digitais portáteis, ao passo que os antigos sites também estão se transformando em aplicativos, desenvolvendo suas próprias versões *mobile*, para os dispositivos móveis. Segundo a *Global Mobile Consumer Survey* (2015), o uso dos aplicativos para smartphones no Brasil cresceu 58% em 2015, em relação ao uso em 2014. O estudo estimou que o brasileiro possui, em média, cerca de vinte aplicativos instalados por aparelho, sendo a metade deles destinados para socialização entre as pessoas, como os aplicativos das redes sociais e aplicativos de relacionamento²².

²² Compreende-se enquanto aplicativos de socialização: Facebook, Twitter, Instagram, Tinder, os apps de relacionamento, entre outros. Além dos modelos de socialização, grande parte dos aplicativos –

As novas gerações, por exemplo, como os membros da Geração Z, usam muito menos os programas convencionais de navegação, também conhecidos como browsers, a exemplo o Google Chrome da empresa Google, Internet Explorer da Microsoft ou Mozilla Firefox da Mozilla Foundation, e muito mais os aplicativos específicos, que estão disponíveis nas *stores* (lojas virtuais) de seus smartphones, para as mesmas finalidades. Nessa mesma linha, a GMCS (2015) demonstrou que quanto mais jovem for o consumidor, mais propensa será a adoção por aplicativos.

No momento em que um aplicativo é baixado (download) em um celular, a empresa que o desenvolveu, automaticamente, tem acesso a diversos dados sobre esse consumidor, como os seus hábitos de consumo, semelhante ao que ocorre com compras com cartão de crédito nos sites convencionais. Quanto maior o consumo de um determinado aplicativo, maior será a quantidade e a qualidade das informações que as empresas terão sobre ele. Esses dados servirão, exatamente, para a atualização das funcionalidades, trazendo novidades e/ou reestruturações, impulsionando a criação de outros aplicativos, deixando o mercado sempre em atividade, em ciclo²³.

Nesse cenário, os aplicativos de relacionamento para smartphones surgem enquanto plataformas de socialização cotidiana (MISKOLCI, 2014, p. 273). São ferramentas que promovem a interação social entre indivíduos que são, na maior parte, desconhecidos, na procura, principalmente, por parceiros amorosos e sexuais. A sua base está em outras ferramentas de interação social contemporâneas como as redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram) e os programas de comunicação instantânea, como o WhatsApp²⁴, assim como também em outros ambientes virtuais, como as salas de bate-papo on-line, muitas delas de “namoro on-line”.

socialização, mobilidade, edição de fotos, players de música e vídeo, transações bancárias, jogos - encontram-se de forma gratuita nas *stores* dos smartphones. Os aplicativos pagos, geralmente, permitem aos usuários a utilização gratuita das funções básicas ou de todas as funções por um determinado período, como um test-drive, no intuito de que o consumidor possa realizar a compra da versão completa do aplicativo. Todas as empresas de telefonia móvel equipam os seus smartphones com alguns aplicativos, diretamente de suas fábricas, sendo conhecidos enquanto “aplicativos-padrão”.

²³ Desde 2014, revelações foram feitas em relação aos grampos realizados pela Agência de Segurança Nacional Norte-Americana (NSA) em aplicativos de smartphone, principalmente os aplicativos de redes sociais como o Facebook, na busca de informações pessoais dos usuários da rede, instaurando um verdadeiro clima de insegurança no ciberespaço. Um desses aplicativos foi o Grindr, onde informações de seus usuários, inclusive daqueles portadores do vírus HIV, foram vazadas. Em sua conta oficial no Twitter, o Grindr declarou: “As a company that serves the LGBTQ community, we understand the delicate nature of our users’ privacy. Ensuring safety and security of our users is of paramount importance to us and will continue to be our top priority.” - @Grindr, 29 de março de 2018, 00:40.

²⁴ Uma rede social é uma estrutura social on-line, composta por pessoas ou organizações, ligadas por um ou vários tipos de relações, compartilhando valores e objetivos em comum, conectadas ao ciberespaço. Há diversos tipos de redes sociais, como por exemplo, as de relacionamento, citadas acima: Facebook, Twitter

O uso da tecnologia para a busca de relações amorosas não é algo visto como novo. O primeiro registro histórico de um projeto envolvendo o uso de computadores com intuito de formar pares amorosos ocorreu na Universidade de Stanford em um experimento no curso de matemática em 1959²⁵. Os computadores têm sido usados para as buscas por parceiros, tanto comercialmente, quanto em ambientes universitários, há mais de 60 anos.

Na década de 1970, os anúncios pessoais estavam se tornando mais populares, tanto em publicações tradicionais, quanto em jornais e revistas de nichos específicos. Muitos fatores contribuíram para essa tendência: as pessoas começaram a se casar mais tarde, aumentou o número de solteiros em busca por parceiros, além do desenvolvimento e popularização dos meios de comunicação e informação e o avanço da sociedade de consumo, em direção a uma nova economia, na qual serviços começaram a ser executados por empresas, que até então eram realizados por indivíduos e famílias (FINKEL et al., 2012; MISKOLCI, 2014).

Nos anos 80, surge o Vídeo-Namoro, enquanto um canal para busca de parceiros, em que os seus membros forneciam descrições de seus perfis, auxiliados por fotografias, e depois participavam de uma breve entrevista gravada em vídeo. As escolhas amorosas passavam por uma triagem, com base nas fotos, nas informações dos perfis e nas fitas de vídeo, não muito diferente do atual cenário com os aplicativos de relacionamento. Após a triagem, os membros se encontravam face a face, a partir dos interesses mútuos acionados. Com o desenvolvimento e a popularização dos computadores (mais baratos e menores), e pelo auxílio da difusão da internet, surgiram as diversas gerações de serviços on-line, feitos por empresas de comunicação, a fim de promover contatos amorosos entre os seus usuários (FINKEL et al., 2012, p. 09).

A primeira geração desses serviços foram os sites de anúncios pessoais on-line, com o *Match*, sendo lançado em 1995. A partir disso, inúmeros serviços nasceram, oferecendo aos “solteiros de plantão” uma gama de opções disponíveis para o estabelecimento afetivo. Os “sites de namoro” funcionavam essencialmente como

e Instagram. Já o WhatsApp é um aplicativo de mensagens instantâneas, desenvolvido em 2009, permitindo a troca de mensagens textuais e a gravação de mensagens de voz entre os seus usuários, além do envio e recebimento de imagens, vídeos, sons e outras formas de arquivos.

²⁵ A busca por parceiros afetivos através de algum meio de comunicação não é algo novo, de fato. Desde o começo do século XX, já existiam os anúncios de pessoas em busca parceiros amorosos/sexuais – alguns deles enquanto serviços pagos – principalmente em jornais e revistas. Da mesma forma, os telefones também foram usados como formas de promover encontros entre pessoas, a exemplo do “Disque Amizade”, popular no Brasil nos anos 80-90 (MISKOLCI, 2017, p. 94).

mecanismos de pesquisa afetiva, permitindo que os usuários criassem perfis on-line e navegassem por eles na busca de possíveis parceiros (FINKEL et al., 2012, p. 10). Aqui no Brasil, em 1996, nascem as salas de Bate-Papo do site UOL, sendo consagrada enquanto a primeira grande comunidade on-line no país, reunindo milhares de pessoas, de diferentes estados, interagindo sob diversas formas²⁶.

De acordo com Miskolci (2017, p. 94), quase ao mesmo tempo, com a disseminação da internet comercial, surgem os programas de trocas de mensagens on-line mIRC e IRC, e posteriormente, os programas de trocas de mensagens instantâneas como o ICQ e o MSN Messenger²⁷. Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, os sites e os programas se transformaram em aplicativos, associando-se com a mobilidade permitida por essas tecnologias móveis, transformando a busca por parceiros afetivos em algo muito mais rápido e dinâmico.

Os aplicativos de relacionamento favorecem o constante diálogo entre os seus usuários, como também a potencialização e valorização da comunicação à distância. As relações ocorridas nesses espaços fazem parte de uma série de processos de socialização, nos quais os sujeitos se agregam de forma espontânea e por afinidades, procurando por aquilo que gostam ou têm interesse. Ainda com base em Miskolci (2014, p. 273), os aplicativos de busca por parceiros para dispositivos móveis surgiram em uma nova época de ocupação e circulação urbana, ligados à reorganização econômica, do trabalho, do lazer e do espaço e ao novo formato das relações amorosas e sexuais, que vêm se transformando nesse contexto.

Um dos recursos pioneiros nesse novo arranjo tecnológico-social foi o Tinder, um aplicativo de relacionamento geossocial, construído por alunos da Universidade do Sul da Califórnia, nos Estados Unidos, em 2012. De forma simplificada, o aplicativo cria uma conta de usuário a partir de dados cruzados pelo seu perfil no Facebook, e por meio do sistema de GPS, próprio de todos os smartphones, o Tinder localiza os demais usuários

²⁶ Atualmente, após 20 anos de sua criação, o Bate-Papo da UOL ainda continua em seu ativo funcionamento. Desde 2014, uma versão do site foi transformada em aplicativo para dispositivos móveis, promovendo salas de bate-papo similares à versão anterior, como “perto daqui”, “namoro”, “amizade”, entre outros.

²⁷ IRC – Internet Relay Chat e mIRC – o IRC do sistema Windows/Microsoft foram programas de comunicação on-line para computadores, desenvolvidos nos anos 90, que promoviam *chats* (salas de bate-papo) entre os seus usuários, através de trocas de arquivos e mensagens de texto, em conversas grupais ou privadas. Já o ICQ (Mail.ru Group) e o MSN Messenger (da Microsoft) foram programas de comunicação instantânea para computadores, também criados nos anos 90.

nas proximidades, apresentando os parceiros afetivos em potencial para possíveis interações em um ambiente virtual.

Com apenas um deslize de dedo (para direita, se estiver interessado – ação simbolizada por um coração verde –, ou se não estiver interessado, através do movimento para esquerda – simbolizado através de um X vermelho), o usuário seleciona os perfis de seu interesse, a partir de uma série de elementos subjetivos, como por exemplo: fotos exibidas, informações no perfil, categorias identitárias como gênero, raça, faixa etária, tipo físico, entre outros. Quando há o interesse mútuo, a partir da ação de ambos em clicar no coração verde, ocorre o *match* – a combinação entre os usuários – e, assim, estará possível a interação entre eles, principalmente através da troca de mensagens textuais (PARANHOS, 2016, p. 26-28).

Com menos de seis anos de funcionamento, o Tinder ganhou notoriedade mundial. De acordo com os dados da própria empresa, são mais de 100 milhões de usuários, em mais de 190 países, e só no Brasil a marca é superior à casa dos 10 milhões de perfis. Visto como um “cupido da era da cibercultura”, o Tinder abriu uma premissa para uma nova forma de se relacionar, possibilitando uma maior agência dos indivíduos em um novo campo afetivo, e em certo grau com maior controle das possibilidades afetivas. Os aplicativos de relacionamento alteraram o panorama do uso das tecnologias digitais, como também o próprio desenvolvimento da vida afetiva contemporânea. Assim, um novo ciclo se estabeleceu, na medida em que os novos aplicativos emergiram, enquanto os antigos sites saíram de cena (FINKEL et al., 2012, p. 07).

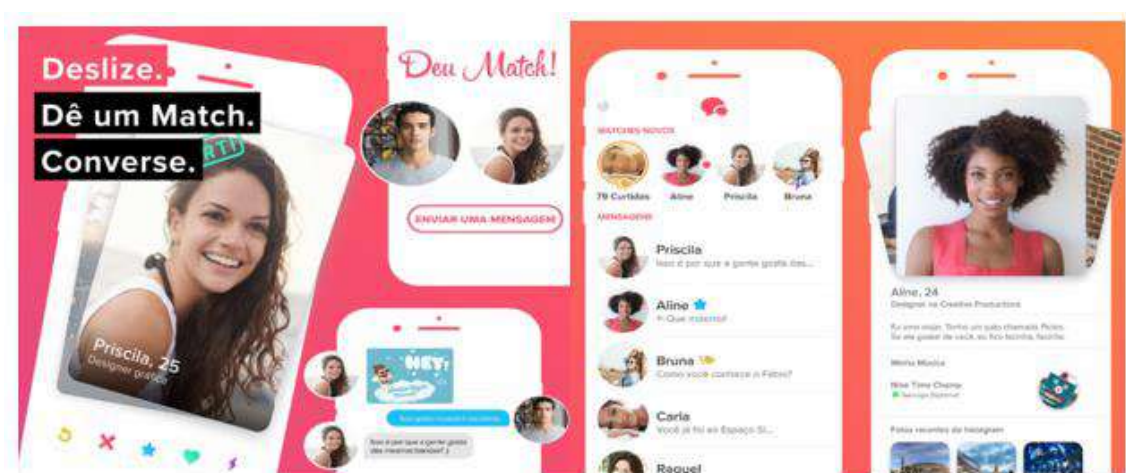


Figura 01: Imagem promocional do aplicativo Tinder.
Fonte: App Tinder.

Hoje, além do Tinder, há diversos outros aplicativos de relacionamento para smartphones, como o Badoo, OkCupid e ParPerfeito, que são versões contemporâneas dos antigos sites de relacionamento, alguns deles ainda em funcionamento. E para atender a um mercado consumidor cada vez mais diversificado, surgiram aplicativos de relacionamento específicos para determinados grupos sociais, assim como os antigos sites de autosseleção por nichos (FINKEL et al., 2012, p. 08), enquanto serviços que atendem as demandas de determinados públicos de consumidores, a exemplo dos aplicativos popularmente conhecidos como os “Apps Gays”, a exemplo do Grindr, Hornet e Scruff.

1.4 – OS APPS GAYS: GRINDR, HORNET & SCRUFF

Uma das maiores insatisfações para os usuários dos antigos sites de relacionamento se tratava da distância geográfica entre os usuários, sendo praticamente impossível saber ao certo as suas localizações. Em 2009, após a criação do segundo iPhone, com a inclusão do sistema de posicionamento global (GPS), foi possível o desenvolvimento dos primeiros aplicativos de relacionamento geolocalizados, sendo que o primeiro deles foi o Grindr.

O Grindr é um aplicativo de relacionamento geolocalizado²⁸, específico para homens gays, criado em 2009 por Joel Simkhai, um israelense radicado nos Estados Unidos, formado em Relações Internacionais e Economia e assumidamente gay. Na época, Simkhai tinha 30 anos, morava em Los Angeles, no estado da Califórnia, e pretendia solucionar uma grande problemática para homossexualidade contemporânea: “como encontrar outros homens gays na cidade onde eu moro?”. O Grindr foi a sua resposta tecnológica para essa questão, que era muito similar para outros homens, em diferentes países e em diferentes contextos (MISKOLCI, 2017, p. 119).

²⁸ A geolocalização de um aplicativo trata-se de uma funcionalidade permitida através do GPS, serviço padrão instalado nos smartphones atuais, enquanto uma dinâmica georreferenciada, onde a interação se estabelece com base no lugar onde os usuários estão inseridos.



Figura 02: Imagem promocional do aplicativo Grindr.
Fonte: Grindr.com.

De forma simplificada, o Grindr é um aplicativo digital para dispositivos móveis, que funciona em rede, ligado à internet. Através do GPS, enquanto um sistema próprio dos dispositivos móveis, o aplicativo funciona como um “radar gay” (*gaydar*), que localiza outros usuários do serviço, que se encontram geograficamente mais próximos, possibilitando assim uma interação georreferenciada, com probabilidade em resultar em encontros face a face. O serviço se caracteriza como um meio tecnológico, a fim de promover socialização entre homens, geralmente gays, mas também compreendem homens bissexuais, travestis, homens heterossexuais, entre outros. Visto como um “Hook Up App”, o Grindr é usado, principalmente, no intuito de promover relações sexuais casuais entre os seus usuários, os contatos sexuais sem compromisso.

Na construção do app Grindr, houve um apelo pelo uso de imagens já consolidadas do universo masculino, como as que figuravam os antigos sites de relacionamento e os sites pornográficos, no qual os homens ilustrados estavam mais próximos ao padrão másculo/viril e afastados das imagens mais “afeminadas”, atribuídas historicamente aos homens gays. Nas palavras de Joel Simkhai para o portal de notícias *DailyXtra* (2011), destinado a comunidade gay:

A palavra Grindr vem de um moedor (...) Estamos misturando as pessoas juntas, um pouco de *ensopado* social (...) Nosso design, logo, coloração - nós queríamos algo um pouco mais robusto, duro. Também é muito masculino. (Grindr) é uma palavra masculina, um som masculino. Queríamos algo que não fosse necessariamente sobre ser gay (SIMKHA, DailyXtra, 2011).

No funcionamento do Grindr, o usuário cria um perfil a partir de um e-mail pessoal, somado a uma senha em até seis caracteres, auxiliado pela inserção da própria data de nascimento. Após essa etapa, o aplicativo mantém-se conectado ao smartphone, não sendo necessárias as ações de login off/login on (desconectado/conectado) para acessá-lo continuamente. A construção do perfil começa, então, na seção “Editar Perfil”: o usuário pode inserir uma imagem pessoal, através do seu arquivo de imagens na memória do smartphone, inserindo no app enquanto uma “foto de perfil”²⁹.

Em “Informações”, o usuário adiciona o seu “nome de exibição”, também conhecido como “username”, “user”, “nickname” e/ou “nome do usuário”³⁰, tornando-se visível aos demais. O nome do perfil a ser exibido pode ser escrito em até quinze caracteres (entre letras, símbolos ou figuras); na seção “Sobre mim”, há uma caixa textual disponível para que o usuário possa textualizar algo sobre si, afirmando os seus interesses e gostos, informando o que busca e o que não quer encontrar, mostrando traços de sua identidade no ambiente on-line. Tanto o “nome de exibição”, quanto a seção “Sobre mim”, permitem ao usuário a inserção de *emojis*³¹, uma opção gráfica para simbolizar aquilo que pretende descrever.

²⁹ As configurações e os designs dos aplicativos de relacionamento passam por modificações de tempos em tempos, no intuito de aperfeiçoarem os seus funcionamentos, acrescentando novas ferramentas para a busca de parceiros e eliminando, assim, as falhas de sistema que dificultam o uso do aplicativo ou tornam seu processamento mais lento.

³⁰ Em sua dissertação, Luiz Felipe Zago (2009, p. 12) refere-se aos usernames enquanto “apelidos” ou “nicknames”. Para ele, esses usernames funcionam como vinhetas pessoais, no qual identificam os usuários no ambiente on-line, combinando palavras escolhidas pelos próprios, a fim de serem reconhecidos. Funcionam, também, enquanto mensagens prévias, uma breve apresentação das características e das informações identitárias, uma introdução para evocar significados culturalmente associados aos gêneros, as sexualidades, as raças e aos corpos.

³¹ *Emoji* é uma palavra derivada da junção dos seguintes termos em japonês: e (imagem) + moji (letra). Com origem no Japão, os *emojis* são combinações de ideogramas (símbolos gráficos) e *smileys* (“carinhas”), usados em aplicativos e sites de mensagens eletrônicas ao redor do mundo. Eles existem em diversos gêneros, incluindo: expressões faciais, objetos, lugares, comidas, animais e demais elementos da natureza. Os *emojis* também são conhecidos como *emoticons*, “carinhas” que associam emoções e ícones, tendo o seu uso popularizado após a inserção nos antigos programas de comunicação instantânea, como o MSN Messenger.



Figura 03: Área do login e como criar um perfil no Grindr.
Fonte: App Grindr.

Na seção “Estatísticas”, o usuário insere a sua idade (optando entre torná-la visível ou não, sendo permitida a entrada de 0 até 99 anos); a altura (opções “não mostrar” ou de 122 cm até 241 cm); o peso (opções “não mostrar” ou de 41 kg até 272 kg); o porte físico (opções “não mostrar”, “torneado”, “comum”, “grande”, “musculoso”, “magro”, “parrudo”); a posição sexual que desempenha (opções “não mostrar”, “ativo”, “versátil+ativo”, “versátil”, “versátil+passivo” e “passivo”); a etnia (opções “não mostrar”, “asiático”, “negro”, “latino”, “árabe”, “mestiço”, “índio”, “branco”, “sul asiático” e “outro”); o status do relacionamento atual (opções “não mostrar”, “comprometido”, “caso”, “noivo”, “exclusivo”, “casado”, “relacionamento aberto”, “com parceiro” e “solteiro”); as tribos na qual se enquadra (opções “urso”, “elegante”, “papai”, “discreto”, “nerd”, “barbie”, “couro”, “malhadinho”, “soropositivo”, “cafuçus”, “trans” e “garotos”); e, por fim, que tipo de interação/forma de relacionamento o usuário busca no aplicativo (opções “conversa”, “namoro”, “amigos”, “contatos”, “relacionamento” e “agora”).

Em “Identidade”, o usuário pode informar a sua identidade de gênero na opção “Sexo”, através das variações: “homem”, “homem cis”, “homem trans” ou personalizar sua identidade enquanto homem. Da mesma forma, o Grindr permite a inserção das categorias “mulher”, “mulher cis”, “mulher trans” e personalizar a identidade “mulher”, como também “não binário”, “não conformista”, “queer”, “travesti” e “não binário personalizado”, em uma tentativa de abranger diferentes padrões de usuários, apesar de seus criadores privilegiarem certo tipo: *o homem cisgênero*.

Na parte “pronomes”, o usuário seleciona os pronomes para autorreferência: “Ele/Dele”, “Ela/Dela”, “Eles/Deles” ou personalizar esta opção. Por fim, a seção “Saúde Sexual”, onde o usuário informa o status sorológico/HIV (opções “negativo”, “negativo, usando PrEP”³², “positivo” e “positivo, não detectável”), bem como a data deste último exame. Tanto o status, quando a data do último exame, possuem a opção “não mostrar”. Também é permitida a inserção das redes sociais, através de links, como as contas no Instagram, Facebook e Twitter.

Cada um dos aplicativos analisados possui um símbolo, enquanto a sua logomarca. A do Grindr consiste em uma máscara amarela sobre o fundo preto. Para Joel Simkhai, criador do aplicativo, a inspiração da máscara veio das mesmas usadas por povos africanos e polinésios. Por outro lado, também faz alusão ao comportamento sigiloso e discreto que os homens adotam ao se relacionar afetivamente com outros homens, principalmente no ambiente virtual, como em um baile de máscaras, onde a identidade dos convidados é preservada em público até ser revelada, posteriormente, no privado.

No aplicativo, a máscara ainda se configura no símbolo que identifica a seção onde os perfis geolocalizados por determinado território serão exibidos, em forma de grade, dispostos através de miniaturas das suas “fotos de perfil”. Ao clicar em uma dessas miniaturas, o usuário terá acesso, assim, ao perfil do outro. Não é possível, ao menos na versão gratuita do Grindr, buscar por um perfil em específico³³. Os perfis são apresentados a partir da distância, medida em quilometragem, que se encontram, partindo do seu próprio local atual. Dessa forma, não é informada diretamente em que cidade ou local específico que o usuário se encontra do outro, e sim, a que distância física ele se localiza.

Ao clicar no perfil, o usuário tem acesso à foto do perfil ampliada, dados e informações exibidas no perfil, além da caixa textual para início das interações. Diferentemente de aplicativos como o Tinder, no Grindr e nos outros “apps gays”, as interações estão ao passo de um clique: com um clique, a caixa textual se abre,

³² PrEP – Profilaxia Pré-Exposição ao HIV – Vírus da Imunodeficiência Humana. De acordo com o PrEP Brasil (LapClin Aids – Fiocruz), trata-se de uma estratégia de prevenção que envolve a utilização diária de um medicamento antirretroviral (ARV), por pessoas não infectadas, para reduzir o risco de aquisição do HIV através de relações sexuais. Ver mais em: <http://prepbrasil.com.br/pesquisa-prep-brasil/>. Acesso em 20/07/2018.

³³ Nesta pesquisa, grande parte dos usuários entrevistados utilizava as versões gratuitas dos três aplicativos em questão. Alguns usuários do Scruff possuíam contas *pro* grátis, dadas pelo próprio aplicativo.

possibilitando, assim, o envio de mensagens para qualquer usuário apresentado nas grades.

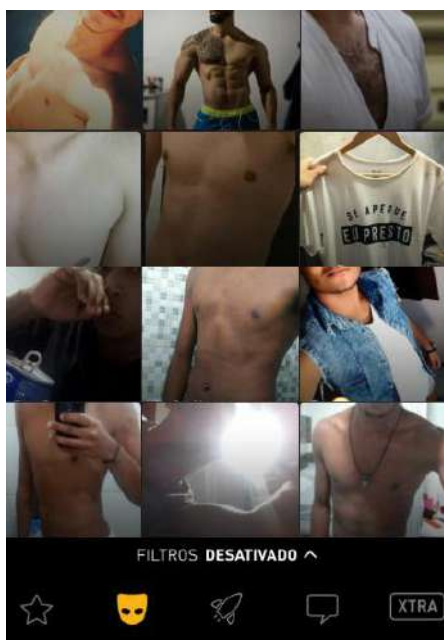


Figura 04: Interface do aplicativo Grindr, com alguns perfis geolocalizados no Recôncavo.
Fonte: App Grindr.

Na caixa de conversação, os indivíduos podem interagir através de mensagens de texto, trocadas de forma similar aos antigos SMS e em outros aplicativos de mensagens instantâneas, como o WhatsApp. O Grindr também permite o envio e o recebimento de imagens, diretamente entre usuários. Como o aplicativo não possui outras formas de exibir mais fotos, o envio de imagens por *inbox*, diretamente na caixa de interação com o usuário de interesse, torna-se um meio de mostrar mais fotos (do rosto, do corpo inteiro e as fotos das partes íntimas, conhecidas como *nudes*). Além disso, o Grindr também permite o envio de emojis, da localização precisa do usuário, por meio do GPS, para além da quilometragem já exibida, e, recentemente, também gravações de voz³⁴.

³⁴ Em uma atualização recente, o Grindr passou a disponibilizar a inserção de outras fotografias no perfil, adicionando o sistema de “rolamento de imagens” para o usuário ter acesso ao perfil do outro, visualizando suas fotos de perfil através do deslize do dedo sobre a tela do smartphone.

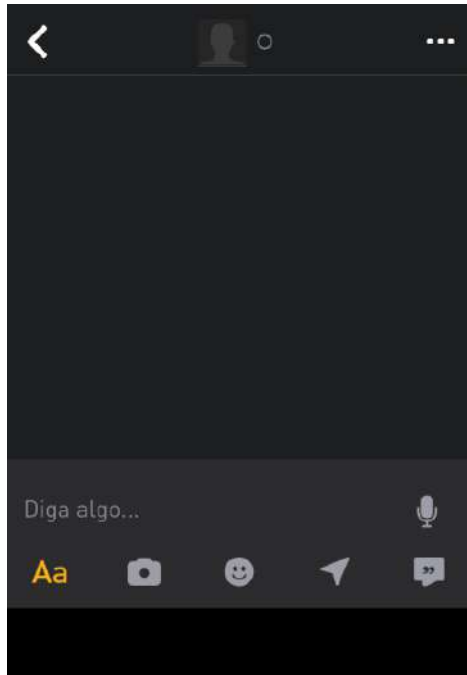


Figura 05: Caixa de conversação.
Fonte: App Grindr.

O Grindr possui mais três opções de interação entre os usuários: através de uma estrela amarela, o usuário pode “favoritar” as pessoas de seu interesse, enquanto uma forma de facilitar a localização das mesmas na grade. As pessoas “favoritadas” ficam expostas em uma grade específica, simbolizada pela mesma estrela, disponível apenas para o usuário; a segunda opção de funcionalidade trata-se dos bloqueios (🔒), onde é possível bloquear os usuários indesejados, proibindo-os de entrar em contato novamente; e por fim, a função *tap*, que consiste em uma forma de “chamar a atenção” do outro usuário, simbolizada através de um *emoji* de uma chama. Ao clicar nessa chama, o usuário dispõe de três opções de *taps*: acender a chama, tornando-a vermelha; ou transformá-la em um *emoji* de um demônio, na cor roxa; ou, ainda, em um *hi* (“oi” em inglês), na cor azul³⁵. Para cada uso de determinado tipo *tap*, uma infinidade de valores subjetivos serão atribuídos. Os *taps* recebidos são agrupados em uma aba intitulada “toques”, ao lado da aba de “mensagens” recebidas.

³⁵ Recentemente, o Grindr adicionou outro *tap* ao seu leque de opções. Trata-se do *tap* “biscoito”, ou do inglês *cookie*. As expressões “dar biscoito” ou “biscoitar” ficaram populares na gramática gay, dos últimos anos, e no linguajar utilizado nos aplicativos como sinônimos de elogiar, apreciar, dar e/ou receber atenção.

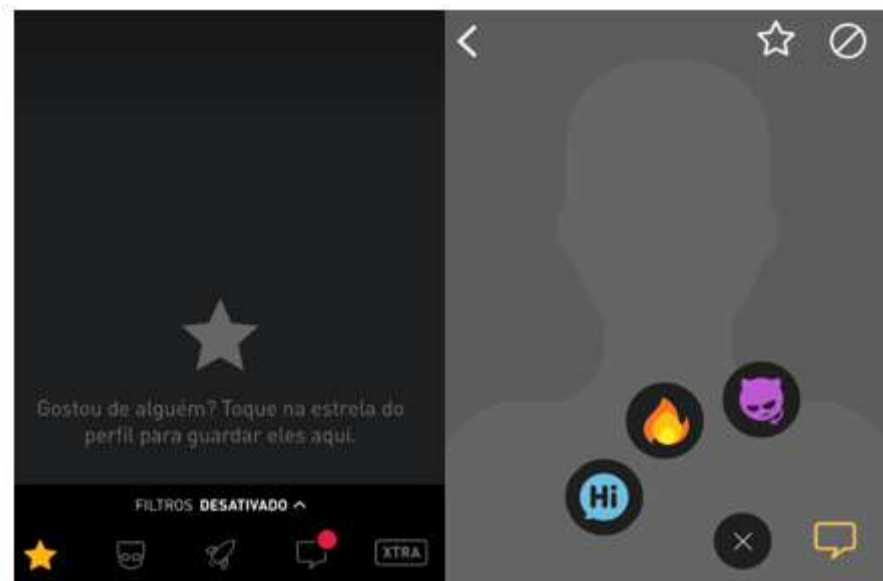


Figura 06: Seções “Favoritos”, “Taps” e “Bloqueio”.
Fonte: App Grindr.

O perfil de um usuário é exibido da seguinte forma: A imagem escolhida por ele torna-se o plano de fundo do usuário, “forrando” todo o perfil. Inicialmente, torna-se visível: a sua foto de perfil, na primeira linha, o username e a idade, na segunda linha, e a última vez que esteve on-line com o atual status de conexão (on-line ou off-line), e por fim, a distância em quilometragem. Com o movimento do dedo, como um cursor, para cima, a imagem em plano de fundo torna-se desfocada e as demais informações são exibidas: altura, etnia, porte físico, sexo, os pronomes, a posição sexual, as tribos de que faz parte, o status de relacionamento atual, o que busca, o status do exame de HIV e a data do último exame de sangue, além da caixa textual com informações escritas sobre si (*about*).

O Grindr, na sua versão gratuita, permite o uso de filtros, no intuito de fragmentar (ou aperfeiçoar) o sistema de busca por usuários. Ao ativar os filtros, as opções são: *Meu tipo* – onde se é possível editar o perfil de homem que mais lhe interessa, através de marcadores como idade (sem mínimo ou de 18 até 99 anos); *Em busca de* – em que a filtragem se dá por meio de interesses como conversas, namoros, amigos, contatos, relacionamentos e agora (muitas vezes lido enquanto “sexo agora”); e, por fim, as tribos sociais – urso, elegante, papai, discreto, nerd, barbie, couro, malhadinho, soropositivo, cafuços, trans, garotos e não especificado. Todos os demais filtros de seleção de parceiros,

como altura, peso, porte físico, etnia, etc., são específicos para a versão disponível para os assinantes, o *Grindr Xtra*³⁶.

The figure displays three distinct advertisements for Grindr Xtra. The top-left ad is a vertical yellow banner with the headline 'TRIPLIQUE SUA DIVERSÃO NESTE VERÃO' and three pink popsicles. It promotes a 3-month subscription with a 7-day free trial. The top-right ad features a photograph of legs and the slogan 'No shame, all game.', with a 'START FREE TRIAL' button. The bottom ad is a horizontal banner showing subscription tiers: '1 Mês + Teste Grátis' (R\$36.90), '3 meses' (R\$74.90, 32% off), and '6 meses' (R\$124.90, 43% off). It also includes the slogan 'MORE GUYS, MORE FILTERS' and 'MORE POSSIBILITIES'.

Figura 07: Anúncios dos pacotes de assinatura do *Grindr Xtra*.
Fonte: App Grindr.

Em 2011, dois anos após a sua criação, o Grindr já possuía cerca de 14 mil usuários no Brasil. De acordo com dados da própria empresa, são mais de 10 milhões de usuários ao redor do mundo. Atualmente, o aplicativo encontra-se disponível em duas

³⁶ A versão para assinantes também possui os filtros: *Conectados* – para localizar usuários que se encontram conectados naquele momento; *Só com fotos* – no intuito de eliminar aqueles usuários que estão com perfis sem fotos; e o filtro *Não conversei hoje* – onde se encontra aqueles usuários que ainda não interagiram com o seu perfil. A versão para assinantes também permite o funcionamento da opção “explorar”, simbolizada através de um foguete, permitindo ao usuário a capacidade de “viajar”, através do app para qualquer localidade no globo, podendo assim estar no Brasil e interagir com homens no Japão, Inglaterra, África do Sul, entre outros países.

versões: a versão gratuita e a versão *Grindr Xtra*³⁷, estando disponível para os sistemas operacionais Android, iOS e BlackBerry OS, nas suas respectivas *stores*. Uma década após a sua criação, o Grindr se consolidou enquanto um negócio próspero, carregado pelos ombros de milhões de homens gays, assim como um componente integral da experiência e da identidade homossexual contemporânea.

Já o aplicativo Hornet se apresenta enquanto um serviço híbrido: para além de ser um aplicativo de relacionamento, o Hornet também se estabelece como uma enorme rede social gay no mundo, permitindo a conexão de homens gays de diversas formas, ao integrar uma plataforma de bate-papo social com conteúdos originais de interesse da comunidade gay global. O Hornet, assim, se classifica como um app “diferente”, na medida em que celebra a diversidade (racial, etária, de gêneros, sexualidades, nacionalidades, tipos físicos, entre outros), conectando a comunidade LGBTQ ao meio on-line, e não apenas os homens gays cisgêneros.

O Hornet foi fundado em 2011, nos EUA, por uma equipe composta por Christoff Wittig (Diretor Executivo), Sean Howell (Presidente) e Antoine Blondeau (Presidente do Conselho Administrativo). A missão dos fundadores foi de construir um “lar digital” para a comunidade LGBTQ global. Em sete anos, a plataforma tornou-se um fenômeno mundial, com um número superior a 25 milhões de membros, ocupando a posição “número um” em diversos países como EUA, França, Rússia, Turquia, Taiwan e Brasil.

Hornet, na língua inglesa, significa vespa, e não é à toa que o seu símbolo (logomarca) é uma vespa branca, no formato de um *tangram*³⁸. De acordo com Felipe Padilha (2015, p. 54), a utilização da vespa enquanto o seu símbolo indica associações com as noções de velocidade e de deslocamento, já que o app permite a busca por homens de forma global, sem limitações, e de forma gratuita. Além disso, a vespa também faz alusões à invisibilidade, pelo modo ágil como se locomove, sendo, também, uma ação permitida pelo consumo do aplicativo, através das agências sigilosas e discretas de seus usuários no ambiente on-line. Ainda no contexto norte-americano, onde o Hornet foi criado, há comparações do nome do aplicativo com a palavra “tesão” (em inglês, “horny”).

³⁷ A versão *Xtra* do Grindr encontra-se nas seguintes formas de assinatura: um mês + teste grátis por sete dias por R\$ 36,90, três meses por R\$ 74,90, seis meses por R\$ 124,90 e um ano por R\$ 187,90. Para uma análise completa do serviço, optei por assinar o Grindr pelo período de um ano (2018-2019).

³⁸ O *tangram* é um quebra-cabeça geométrico, oriundo da China, formado por sete peças (PADILHA, 2015, p. 53).

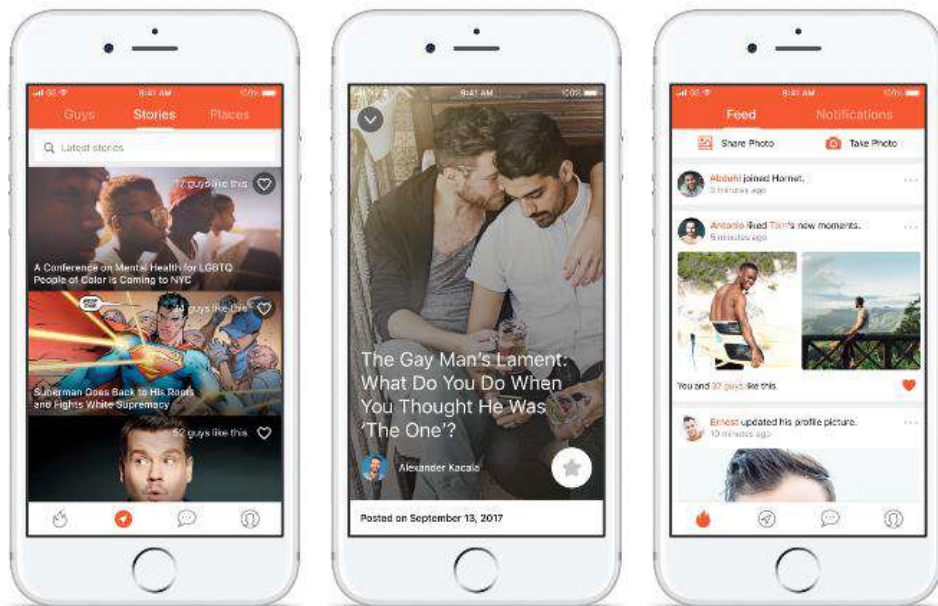
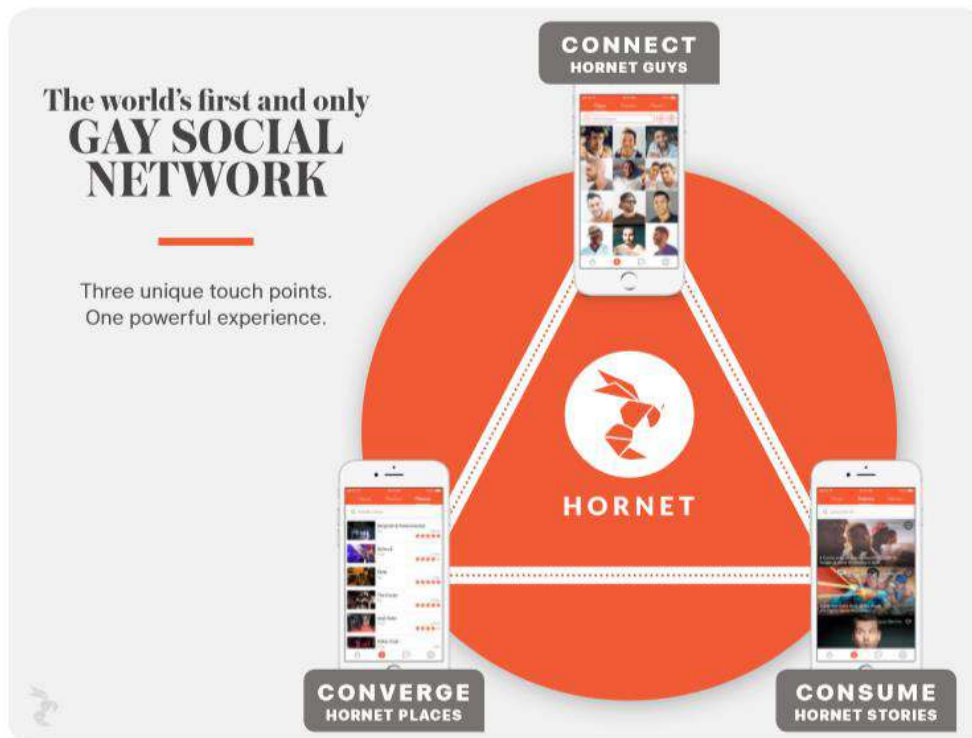


Figura 08: Hornet – A primeira e única rede social gay global.
Fonte: Hornet.com.

O usuário começa a usar o serviço através da criação de uma conta. O cadastro é feito a partir de um e-mail, com a elaboração de uma senha, ou a partir de contas já criadas no Facebook ou no Google. Para acessar a conta, é necessário o uso do e-mail e da senha, ou de logins automáticos com essas outras contas, e, por isso, muitos mantêm o aplicativo sempre conectado. Com a conta estabelecida, o usuário recebe um *user*, simbolizado por

um @ no começo do nome. O *user* pode ser renomeado ao longo da trajetória do usuário no app.



Figura 09: Página inicial do Hornet: cadastro e login.
Fonte: App Hornet.

Em “Perfil”, o usuário pode inserir um nome, um “nome de usuário” e um título. Em “Sobre você”, é permitido que o usuário escreva dados sobre si e o que prefere/o que não deseja, em até 128 caracteres. Para auxiliar no processo de autodescrição curta, também é permitida ao usuário adicionar *hashtags*³⁹ (#); em outro espaço, “Sobre títulos”, consiste em um local destinado para facilitar a busca por identificação, por meio de *hashtags*, como por exemplo: #amizade, #ativo, #passivo, #versátil, #discreto, entre outros. Além disso, também é permitida a inserção de fotos no perfil, uma enquanto *lead photo* (foto principal), que será a mesma figura miniaturizada na grande principal dos perfis. O Hornet possibilita a inserção de outras fotografias, para serem exibidas, funcionando como uma espécie de painel de imagens visíveis, passível de ser bloqueado ao gosto do usuário (sem necessariamente haver o bloqueio da *lead photo*), tornando o seu acesso restrito aos demais. A liberação desse painel só vai ocorrer para aqueles com quem o usuário demonstrar algum tipo de interesse.

³⁹ Uma *hashtag*, ou somente *tag*, é uma etiqueta, uma ação no ciberespaço capaz de organizar e classificar informações, páginas e outros conteúdos, muitas vezes iniciada a partir do uso do símbolo “#”.

Além disso, outros marcadores também estão à disposição, como: “Idade” - de “não mostrar”, ou de 18 até 199 anos; “Altura” – de “não mostrar”, ou de 101 até 261 cm; “Peso” – de “não mostrar”, ou de 45 até 293 kg, sendo tanto o peso, quanto a altura possível nas formas métricas ou no sistema norte-americano de medidas, em libras, pés e polegadas; “Procurando”, nas opções – “conversar”, “encontros”, “amigos”, “contatos” e “namoro”; “Etnia”, nas opções – “não mostrar”, “asiático”, “negro”, “latino”, “árabe”, “pardo”, “indígena”, “asiático do sul”, “branco” e “outra”.

Em “Status de relacionamento”, há as opções – “não mostrar”, “solteiro”, “enrolado”, “relacionamento aberto” e “relacionamento sério”; em “Posição”, as opções – “não mostrar”, “ativo”, “passivo”, “versátil”, “versátil-ativo” e “versátil-passivo”. A opção “KYS” – permite que usuário, de forma opcional, possa exibir o status de HIV em seu perfil (negativo, positivo e outras opções). Ao clicar, ele pode obter mais informações sobre diferentes opções de status sorológico e o que cada um significa.

Na seção simbolizada por uma seta, encontram-se os blocos: “Caras”, onde os perfis são expostos em uma grade de miniaturas, alocados do mais próximo até o mais distante, em uma média de sessenta a oitenta perfis próximos, na versão gratuita. Na versão para assinantes, a exibição da grade torna-se ilimitada; a seção “Notícias” classifica-se em uma página para o Hornet divulgar diversas notícias sobre o universo LGBTQI+. Já em “Locais”, há uma série de espaços para os possíveis encontros entre homens, a partir da localização atual dos usuários, como: saunas, boates, motéis, hotéis e bares.

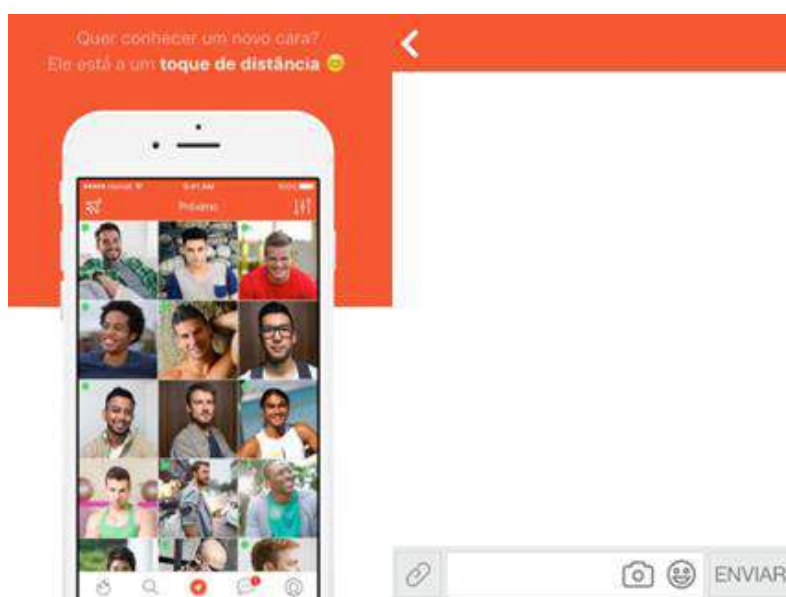


Figura 10: Grade com os perfis do Hornet, e ao lado a caixa de interação.
Fonte: App Hornet – Imagem promocional.



Figura 11: Hornet – Notícias e Locais.
Fonte: App Hornet.

Na seção simbolizada por uma chama, encontram-se as opções “Feed” (ou Atividade) e “Notificações”, onde são exibidos os mais novos usuários, que se encontram nas proximidades, além das novas fotos adicionadas pelos demais perfis, anúncios e notícias sobre a comunidade LGBTQ. As fotos mais recentes, exibidas pelos usuários, aparecem nesse *feed*, possibilitando, assim, de serem vistas pelos demais, e até de receberem “curtidas” (*likes*) dos outros usuários, bem como ocorre em redes sociais tais como o Facebook e o Instagram. No processo de busca por outros homens, o Hornet permite os seguintes filtros: por *hashtag* (#) ou por usuário (@); “Idade” – “sem mínimo”, de 18 até 199 anos, ou “sem máximo”; e “Etnia” – “asiático”, “negro”, “latino”, “árabe”, “pardo” “indígena”, “asiático do sul”, “branco” e “outra”.

Há, também, os filtros “Altura”, “Peso”, “Posição”, “Apenas On-line” “Procurando” e “Status de Relacionamento”, que estão disponíveis somente para os assinantes da versão paga⁴⁰. Os outros filtros também estão disponíveis na versão para assinantes, como: “Ver novos caras por perto”, podendo encontrar os novos usuários desse serviço; “Quem viu seu perfil”, permitindo que o usuário veja aqueles perfis que

⁴⁰ A versão paga/para assinantes do Hornet chama-se *Premium*. Os pacotes de assinatura são: um mês por R\$ 25,90, três meses por R\$ 22,63/mês e um ano por R\$8,16 por mês. Para uma análise mais ampla sobre a estrutura do Hornet, optei pela assinatura anual do aplicativo (2018-2019).

visualizaram o seu perfil; “[LAB] HornetSuggest” com sugestões de perfis que o Hornet propõe, com base na avaliação do perfil do usuário; e, por fim, o último filtro, na seção “Explore o mundo”, que permite ao usuário a capacidade de “viajar” ao redor do mundo, através do aplicativo, sem “sair do lugar”, podendo, assim, encontrar e interagir com homens de qualquer lugar no globo. Esta última seção encontra-se disponível para qualquer usuário do Hornet, independentemente de assinaturas.



Figura 12: Imagens promocionais do Hornet – Interface.
Fonte: App Hornet.

Na caixa de interação, após o usuário clicar no perfil daquele com quem pretende conversar, é permitido o envio de mensagens textuais, mensagens de voz, *emojis*, localização exata, fotografias, além da possibilidade de conceder ao outro o acesso ao seu álbum de imagens bloqueadas. A troca de mensagens ocorre de forma similar ao Grindr, contudo alguns dos entrevistados desta pesquisa apontaram para o fato de que o aplicativo Hornet, em sua versão gratuita, não consegue ser tão funcional quanto os demais analisados, com a caixa de interação sendo mais simples e espacialmente menor, ocasionando, assim, em uma escrita mais difícil de ser executada.

Hornet auxilia os seus usuários a fazerem conexões diversas, em um ambiente repleto de conteúdos originais, como o compartilhamento contínuo de informações sobre estilos de vida, entretenimento, cultura, saúde e comportamentos referentes à comunidade LGBTQ, além de destinos de viagens e informações sobre direitos e militância política dos movimentos de sexualidade e gênero. De acordo com dados disponíveis pela própria empresa, são mais de 4 milhões de usuários ativos por mês, sendo grande parte do seu

público-consumidor composto por homens gays mais jovens (incluindo aqueles que são membros da Geração Z), e de forma global, sendo eles brancos:

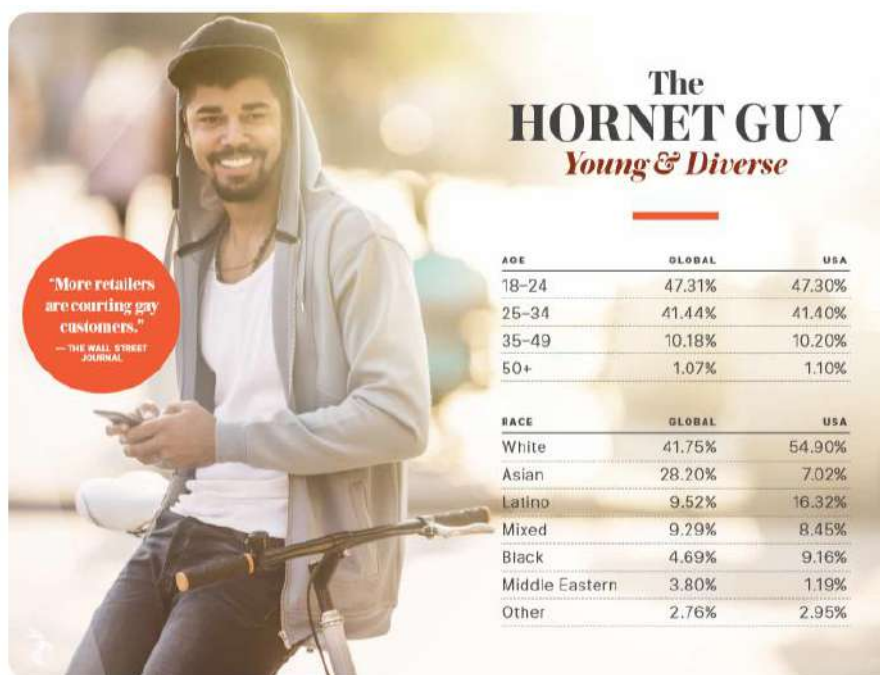


Figura 13: Público consumidor do Hornet por idade e raça – Global e nos EUA.
Fonte: Hornet.com.

Atualmente, o Hornet possui dez escritórios em oito países, incluindo um no Brasil, sediado na cidade de São Paulo. O aplicativo encontra-se disponível em 27 línguas, sendo distribuído de forma gratuita para sistemas operacionais Android e iOS, além de sua versão para web, onde se é possível acessar o aplicativo através de notebooks e desktops.

Por fim, trago o aplicativo Scruff, enquanto o terceiro a ser analisado nesta pesquisa. Trata-se de um dos aplicativos de relacionamento mais usados por pessoas gays, bis, trans e queer. Fundado em 2010, por Johnny “Scruff” Skandros, Eric Silverberg e Jason Marchant, o Scruff se apresenta como uma empresa independente, voltada ao público LGBTQ. Com a sede da empresa em Nova York, o Scruff possui mais de 12 milhões de usuários, em 180 países, sendo disponibilizado em quatorze idiomas.

O nome do aplicativo vem do termo “scruffy”, que significa “desalinhado”, “mal vestido”, “sujo”. Johnny Skandros, o principal criador do serviço, notou que esse era o perfil atual dos homens gays nos bares norte-americanos, associado a outros elementos visuais e estéticos, como pelo facial e o estilo *hipster*. Nos primeiros anos de funcionamento do aplicativo, esse perfil passou a se consolidar a principal população no

Scruff, principalmente no contexto norte-americano, através das representações de homens peludos, fortes, másculos, com aparência desleixada e bagunçada, diferentemente da imagem convencional associada ao gay moderno, enquanto “limpo, liso e afeminado”.

Ainda nesses primeiros anos de propagação do Scruff, o aplicativo se tornou um ambiente especial para os homens gays “fortes, peludos e parrudos”, entendidos comoursos (*bears*), principalmente pelo uso de um dos seus símbolos: a pata (pegada) de um urso enquanto identidade visual da empresa. Com o passar dos anos, novos públicos e outras formas de masculinidades começam a ocupar esse ambiente on-line, principalmente em países onde o “perfil urso” não é tão popular na comunidade local, perante as outras formas de masculinidade gay, mais regionais e específicas.



Figura 14: Imagens promocionais do aplicativo Scruff.
Fonte: App Scruff.

O perfil no Scruff é criado, inicialmente, através da data de nascimento, no qual não é permitida a entrada de menores de idade no aplicativo, apesar da existência deles nesses espaços, utilizando de diversos artifícios para omitir a real idade. Depois disso, as etapas são: a inserção do nome do usuário, a escolha da fotografia que irá ilustrar o perfil, a vinculação de uma conta de e-mail e a criação de uma senha pessoal.

Ao entrar no aplicativo, a primeira grade a aparecer chama-se “Global”, exibindo os perfis dos homens, em uma disposição aleatória, apresentando usuários de diversos países. O mesmo ocorre na seção “Conectados Agora”, exibindo aqueles perfis que se encontram on-line no momento. Logo abaixo, vêm os “Novos Rapazes”, usuários com

contas recentes e que estão geograficamente mais próximos. Abaixo disso, os “Novos Usuários Mais Woofeados”, ou seja, os usuários com contas novas que mais receberam curtidas, em uma escala global, e por fim, e os “Mais Woofeados na Última Hora” também em uma perspectiva global, atualizada por hora. De forma geral, essa seção chama-se “Navegar”, simbolizada através de uma grade.

Ainda na seção “Navegar”, ao lado de “Global”, encontra-se a grade de perfis alocados por proximidade em “Perto”, indo do mais próximo da sua localização atual até o mais distante. Assim como nos demais aplicativos, o Scruff também exibe os seus perfis através de miniaturas, sendo que ao clicar, o usuário terá acesso completo ao perfil do outro. No perfil do usuário são exibidas: a fotografia principal, as informações adicionais sobre si como *username*, quem ele é, o que gosta e o que não gosta, além das opções bloqueio, *woof*, favoritar e a caixa textual do usuário.



Figura 15: Interfaces do aplicativo Scruff - cadastro e grade dos perfis.
Fonte: Scruff.com.

O perfil visual no Scruff é construído da seguinte forma: inicialmente, uma fotografia deve ser exibida enquanto a “foto do perfil”. Essa imagem, assim como nos demais aplicativos, será aquela a ser exibida em miniatura na grade principal. O Scruff, em uma atualização recente, também passou a permitir o envio de outras imagens no perfil, formando uma espécie de painel visível, além da possibilidade de criação de um álbum de fotografias, em anexo, que pode se tornar privado. O usuário é quem regula a

visibilidade deste álbum, que, por muitas vezes, só é revelado após determinadas negociações simbólicas com os outros perfis.

Na construção do perfil, as opções de identificação são: em “Estatísticas do Corpo”, o usuário adiciona - a altura (nas opções “ocultar” ou de 1,20 cm até 2,25 cm); o peso (nas opções “ocultar” ou de 49 kg até 200 kg); a quantidade de pelo corporal (nas opções “ocultar”, “liso”, “um pouco peludo”, “peludo” e “muito peludo”); e a “etnia” (nas opções “não selecionado”, “asiático”, “negro”, “hispanico/latino”, “sul-asiático”, “do oriente médio”, “índio do pacífico”, “branco”, “índio americano” e “mestiço”).

Na seção “Comunidades e Interesses”, o usuário pode inserir as formas como se identifica: em “Sou” (nas opções “urso”, “sarado”, “rapaz comum”, “nerd”, “atleta”, “coroa”, “HIV+”, “couro”, “discreto”, “universitário”, “lontra”, “militar”, “queer”, “gordinho”, “caçador”, “novinho”, “bissexual”, “trans” e “drag”; em “Gosto de” (nas opções “ursos”, “rapazes sarados”, “rapazes comuns”, “nerds”, “atletas”, “coroas”, “rapazes HIV+”, “rapazes couro”, “rapazes discretos”, “rapazes universitários”, “rapazes trans”, “rapazes drags”, “caçadores”, “lontras”, “militares”, “rapazes queer”, “gordinhos”, “caçadores”, “novinhos” e “rapazes bissexuais”) e por fim, “Estou aberto a” (nas opções “amizades”, “relacionamentos”, “sexo casual”, “encontros”, “apenas papo” e “contatos”).

Na categoria “Situação”, o usuário pode adicionar a sua atual situação afetiva, o seu status de relacionamento (nas opções: “não selecionado”, “solteiro”, “ficando”, “relacionamento sério”, “namorando”, “noivo”, “casado”, “em relacionamento aberto”, “em um relacionamento poliamoroso” ou “viúvo”), além da opção de adicionar um usuário como “parceiro”, deixando essa informação de forma visível em seu perfil. Para isso, é necessário que o parceiro também possua uma conta no Scruff, muitas vezes sendo uma opção utilizada pelos casais que procuram parceiros nos aplicativos para relacionamentos poligâmicos (amorosos e/ou sexuais).

Já em “Suas Próprias Palavras”, o usuário detém de uma caixa textual em que pode escrever o que quiser: o que faz, o que procura, os seus interesses e a cidade onde mora. Em “Sexo”, é permitido inserir as suas *preferências sexuais*: “ativo”, “passivo”, “versátil”, “sexo oral”, “fetichista” e “sem sexo”; e as *precauções*: “camisinhas”, “PrEP” e “tratamento como prevenção”⁴¹. Além disso, na conclusão deste perfil, o usuário do

⁴¹ Para maiores informações, o Scruff disponibiliza um link com detalhes sobre o sexo mais seguro. Ver em <http://www.scruff.com/safersex>. Acesso em 02/08/2018.

Scruff também pode inserir os links de suas redes sociais, como Facebook e o Instagram, em espaços próprios.

Ao clicar na caixa de interação de um determinado perfil, o usuário poderá, assim, enviar mensagens textuais, ou também mensagens de voz, *emojis*, GIFs⁴², fotografias e a localização exata.

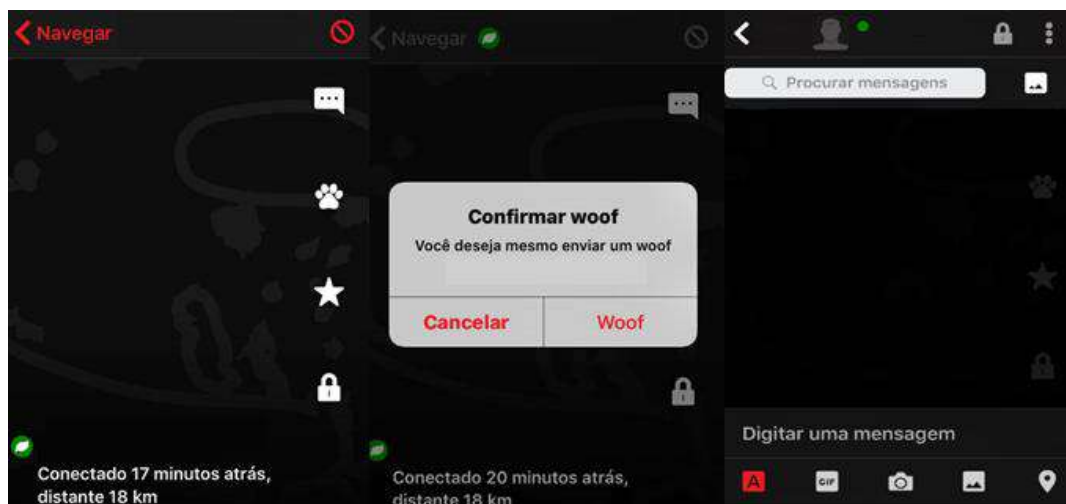


Figura 16: Exemplo de um perfil no Scruff e suas funções – bloqueio, favoritos, fotos bloqueadas, woof e a caixa de interação.
Fonte: App Scruff.

A função bloqueio, bem como nos demais aplicativos analisados, trata-se de uma forma de eliminar a comunicação com os usuários indesejados. A função favoritar faz com que o perfil preferido permaneça sempre sob a sua vigilância, assim como o ato de seguir um perfil em outras redes sociais. E, por fim, a função *woof* se caracteriza como uma forma de chamar a atenção do outro, assim como o *tap* no Grindr e o *coração* no Hornet. Simbolizado através de uma pegada de uma pata de urso, dar um *woof* em outro usuário funciona como uma forma de marcá-lo, sinalizar interesse, enquanto uma expressão sutil de demonstrar o desejo pelo outro, e assim gerar uma interação, um bate-papo.

O Scruff ainda disponibiliza as opções: “Scruff Match” – uma forma de dar *matches* (combinações) com outros usuários, a partir de elementos em comum, assim como o Tinder; “Venture” – possibilitando ao usuário a capacidade de viajar para outros lugares, sem sair do local, apenas através do aplicativo conectado, no intuito de promover,

⁴² Sigla para Graphics Interchange Format, desenvolvido pela CompuServe em 1987. O nome é popularmente conhecido na web para se referir a imagens animadas, muitas vezes com efeito cômico.

principalmente, contatos entre homens de diferentes áreas. Esta função também é acionada em caso de viagens, funcionando enquanto uma *tag*, um *check-in*, informando aos demais usuários as viagens que fez e os usos do app em determinadas localidades. E, por fim, a opção “Eventos” – em que notícias e anúncios são feitos pelo próprio Scruff, sobre eventos, shows e festas próximos, que venham a interessar a comunidade LGBTQ.



Figura 17: Scruff Eventos e Scruff Venture.
Fonte: App Scruff.

A versão para assinantes chama-se *Scruff Pro*⁴³. Nela, é permitida uma série de vantagens ao usuário, como por exemplo: a visualização ilimitada de perfis, tanto no modo próximo, quanto de forma global; a utilização do aplicativo sem os anúncios; a possibilidade em guardar os históricos das conversas; filtros avançados, como a busca por localização específica, e a possibilidade de criação de grades exclusivas através de filtros; um número maior de fotos no álbum privado em anexo; e a opção de utilização no modo furtivo, no qual é possível estar no aplicativo de forma anônima, sem que ninguém o veja.

Além das versões para assinantes, nos três aplicativos analisados nesta pesquisa, outra forma que os mesmos têm de lucro encontra-se na publicidade: para além dos anúncios dos próprios apps, enquanto formas de divulgação de seus conteúdos, também

⁴³ Os pacotes de assinatura do *Scruff Pro* encontram-se da seguinte forma: um mês de assinatura - R\$ 15,90 por mês; três meses de assinatura – R\$ 13,96 por mês, em um total de R\$ 41,90 por trimestre (-20% de desconto); um ano de assinatura – R\$ 11,07 por mês, em um total de 132,90 ao ano (-30% de desconto). Como sinalizado, fui presenteado pelo próprio Scruff com uma conta gratuita por um ano (de 2018 até 2019). A ação do aplicativo, também dada a outras contas, pode ser entendida como uma forma de angariar novos usuários ao serviço.

são realizadas parcerias com outras empresas e grupos, como canais de televisão, ONGs e centros de pesquisa, tornando-se comum os anúncios de produtos, festas e serviços, além de pesquisas e notícias relacionadas ao universo LGBTQ, como se observa nas imagens abaixo:



Figura 18: Anúncios e notícias no aplicativo Hornet.
Fonte: App Hornet.

1.5 – CONSIDERAÇÕES SOBRE O RECÔNCAVO BAIANO

Nas análises de Milton Santos, um território é compreendido enquanto um espaço social e físico, reconhecido após sucessão histórica de situações de ocupação efetiva por um povo (2004, p. 233). O território, dessa forma, estaria marcado por relações sociais e poder, construindo assim, uma identidade específica de um povo, estruturada em torno de uma cultura em comum, de uma história compartilhada e de uma vivência social em torno de um determinado espaço geográfico.

De acordo com o *Perfil Sintético* sobre os territórios de identidade da Bahia⁴⁴, apresentado pela Secretaria de Desenvolvimento Rural do Governo do Estado, em 2015, o território do Recôncavo Baiano é composto por vinte municípios, sendo eles: Cabaceiras do Paraguaçu, Cachoeira, Castro Alves, Conceição do Almeida, Cruz das Almas, Dom Macedo Costa, Governador Mangabeira, Maragogipe, Muniz Ferreira, Muritiba, Nazaré, Santo Amaro, Santo Antônio de Jesus, São Felipe, São Félix, São Francisco do Conde, São Sebastião do Passé, Sapeaçu, Saubara e Varzedo⁴⁵.

⁴⁴ Os Perfis Sintéticos dos Territórios de Identidade da Bahia têm o propósito de oferecer um conjunto de informações básicas sobre a realidade de cada um dos 27 territórios baianos, que são utilizados como unidade de planejamento pelo Governo da Bahia (SDR, 2015).

⁴⁵ Não há um consenso sobre a quantidade de cidades que compõem o território do Recôncavo Baiano. Historicamente, o Estado da Bahia sofreu diversas remodelações internas e muitas cidades que pertenciam



Figura 19: Mapa do Território de Identidade do Recôncavo Baiano.
Fonte: Núcleo Regional de Educação 21.
Disponível em <http://nre21.educacao.gov.br>. Acessado em 23/08/2018.

Em sua arquitetura geográfica, o Recôncavo, *a fértil crescente baiana* (PEDRÃO, 1998, p. 219), encontra-se em uma área total dos municípios que alcança cerca de 5 mil quilômetros quadrados, inserida na Mesorregião Metropolitana de Salvador (SEI, 2016). Parte deste território encontra-se em torno da Baía de Todos-os-Santos, sendo seu principal rio o Paraguaçu, um dos mais importantes do Estado. O território é caracterizado pela sua ampla diversidade cultural e econômica, com marcante vocação para o turismo, por meio de significativas belezas naturais (PERFIL SINTÉTICO – SDR/BA, 2015).

De acordo com o *Censo Demográfico* (2010), a população do Recôncavo era de 576.672 habitantes, 278.788 do sexo masculino e 297.884 do sexo feminino, sendo que desse total, 69,2% residiam no meio urbano, e 30,8% na zona rural. Em relação ao segmento etário, o quadro abaixo mostra como a população do Recôncavo Baiano, até 2010, era majoritariamente jovem, grande parte composta pelos membros da Geração Z:

ao antigo Recôncavo passaram a compor os outros Territórios de Identidade, por interesses sociopolíticos e econômicos. A demarcação territorial do Recôncavo Baiano utilizado nesta pesquisa se baseia pelo mesmo proposto por segmentos estatais mais recentes, como o proposto pela SDR (2015).

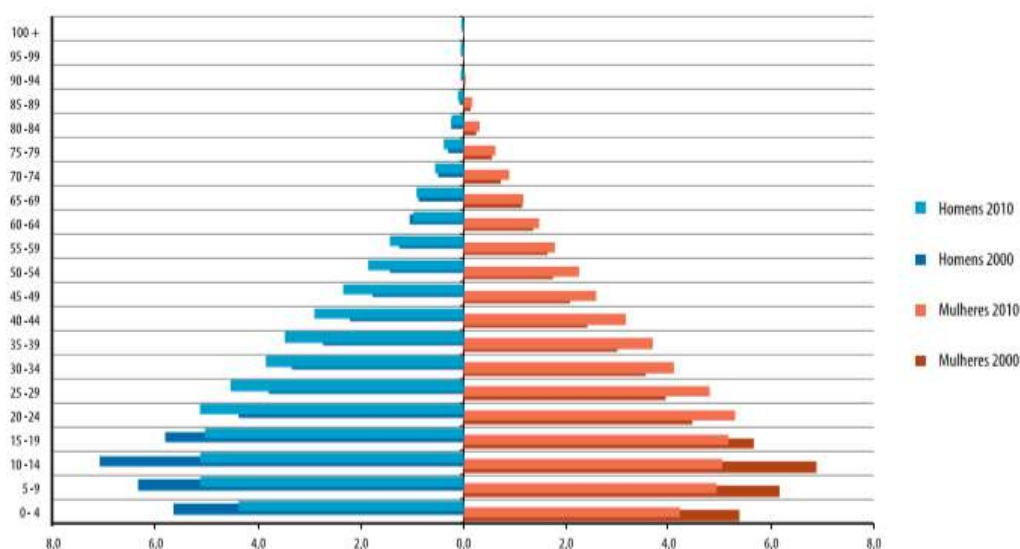


Gráfico 01: Distribuição etária da população do Recôncavo Baiano 2000-2010.
 Fonte: Censo Demográfico 2000-2010 – Elaboração: SEI/Dipeq/Copesq.

De acordo com dados do IBGE (2010), 76,3% da população baiana se autodeclara negra, entre pretos e pardos, sendo que grande parte dessa população encontra-se entre as cidades que compõem o atual território do Recôncavo. Historicamente, essa região sempre foi conhecida enquanto uma “terra negra”, pela sua composição demográfica ser majoritariamente negra, mas, também, devido às diversas expressões culturais de influência afro-brasileira no território, como os festejos de Nossa Senhora da Boa Morte, em Cachoeira; o Bembé do Mercado e o Nego Fugido em Santo Amaro, além da expressiva quantidade de comunidades quilombolas e terreiros de candomblé na região.

O Recôncavo do século XXI permanece enquanto um berço cultural baiano, preservando sua arquitetura original do período colonial, em um rico patrimônio histórico de museus e casarões. Enquanto patrimônio imaterial, a região é, até hoje, conhecida pela sua capacidade em manter suas tradições seculares, através de suas festividades e de outras representações culturais, famosas nacional e internacionalmente, estabelecendo, assim, em uma relação intrínseca entre o tradicional e o moderno.

Atualmente, o Recôncavo comporta várias universidades públicas, como a UFRB - Universidade Federal do Recôncavo Baiano, com *campi* em Cachoeira, Cruz das Almas, Santo Amaro e Santo Antônio de Jesus, a UNILAB – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira com *campus* em São Francisco Conde e a UNEB - Universidade Estadual da Bahia, com *campus* em Santo Antônio de Jesus (o *campus* V); além de diversas outras faculdades particulares e institutos federais.

Apesar de esta pesquisa ser realizada em campo estruturado pela/na internet, onde o ciberespaço encontra-se marcado por ser móvel, sem limites espaciais e desterritorializado, compreendo a importância do espaço físico na construção de diversos aspectos centrais nesta investigação. O local onde os usuários dos aplicativos estão inseridos tem uma importância vital no consumo dessas tecnologias, tanto para as construções de suas identidades: raciais, de gênero, geracionais, sexuais e, por excelência, as identidades regionais; bem como também no processo de busca por parceiros afetivos na malha geográfica em que se está inserido, visto que a geolocalização se torna um elemento indissociável das relações estabelecidas nesse campo, tanto para onde o usuário está posicionado e qual seria a sua localização atual – móvel por muitas vezes –, como também se torna um fator de caráter relativo para descobrir os novos usuários na região, onde o outro se encontra e de que forma poderia ser acessado.

Por fim, o território também possui a sua parcela de importância para o estabelecimento das relações fora do eixo on-line, visto que os encontros afetivos dependem desses fatores territoriais e físicos, como a distância espacial entre os parceiros, os possíveis locais de encontro, as possibilidades de encontro em contextos onde a homossexualidade deve ser solapada, os meios de viver a afetividade entre homossexuais em determinados espaços, entre outros.

Através do campo, foi possível observar algumas especificidades referentes à esse fragmento do interior baiano: os colaboradores desta pesquisa se dividiam entre aqueles que moravam com os pais/familiares, enquanto outros moravam a sós; alguns viviam em cidades mais conservadoras e homofóbicas nessa região, enquanto outros desfrutavam da liberdade sexual relativa, permitida em algumas cidades do Recôncavo, como Cachoeira, principalmente pelo predomínio de jovens homossexuais que estudam no Centro de Artes, Humanidades e Letras da UFRB (CAHL-UFRB), e pela mesma liberdade sexual que o espaço universitário proporciona. Apesar de algumas cidades, como Santo Antonio de Jesus, Cruz das Almas e Santo Amaro serem bem populosas, a ponto de passarem a marca de 50 mil habitantes, as políticas conservadoras de uma “cidade do interior” ainda imperam sobre os seus moradores, principalmente para aqueles com sexualidades dissidentes.

Apesar das observações terem identificado uma vasta distribuição dos usuários dos três aplicativos na maioria das cidades do território analisado, apenas seis delas se apresentaram como “locais de residência” para os usuários entrevistados. Em relação à

distribuição dos usuários entrevistados por cidade do Recôncavo Baiano, observam-se os seguintes números:

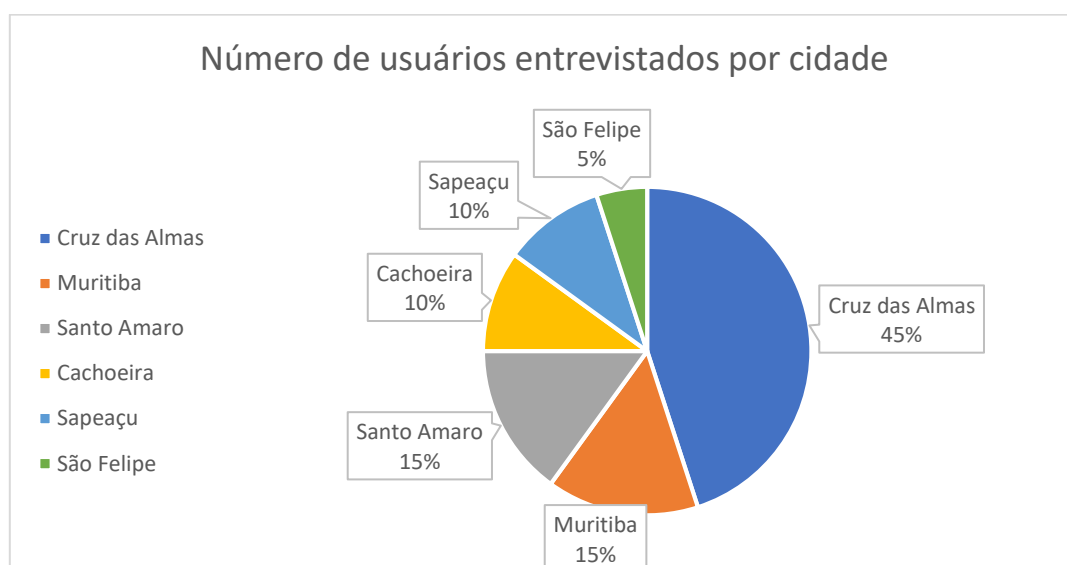


Gráfico 02: Número de usuários dos aplicativos de relacionamento por cidade do Recôncavo Baiano.
Fonte: Elaboração própria a partir de informações apresentadas nas entrevistas.

1.6 – O PERFIL DOS USUÁRIOS

A incursão etnográfica nos aplicativos foi iniciada no primeiro semestre de 2017. Inicialmente, a análise se estabeleceu nos três aplicativos: Grindr, Hornet e Scruff, a partir do uso de um perfil anônimo, sem imagens ou dados disponíveis aos demais usuários, utilizando contas gratuitas. Ao contar da distância, do meu perfil para os demais, em quilometragem (km), ia *etnografando*⁴⁶ o ambiente on-line, analisando a estrutura dos aplicativos, as diferenças e as semelhanças existentes entre eles, as interfaces dos aplicativos e como os usuários se apresentavam, através de suas imagens, de seus perfis e de seus discursos, exibidos em suas caixas de apresentação.

⁴⁶ Como expressado na introdução, realizar uma etnografia em um ambiente virtual/on-line, como os aplicativos de relacionamento em questão, é uma atividade inovadora e peculiar. Utilizando como referencial as etnografias clássicas, torna-se possível a compreensão de como os antropólogos do passado migravam para contextos totalmente opostos as suas realidades, em ambientes vistos como “exóticos”, onde tudo era “estranho” e “diferente” para a realização do exercício científico. O ambiente on-line causa os mesmos desconfortos aos pesquisadores contemporâneos, onde tudo soa como novo e distintivo, dos padrões antecessores de pesquisa, de uma forma mais convencional de investigação social. Nessa medida, tornou-se necessário a adequação dos recursos teóricos e metodológicos para este tipo de pesquisa, tanto na inserção de novos modelos de investigação, quanto na reestruturação dos antigos. Realizar etnografias no ciberespaço ainda é um grande desafio, tanto teórico, quanto metodológico.

Durante um ano no processo de observações (juntando o participante com não-participante), de 2017 até o começo de 2018, foi possível analisar que o Recôncavo Baiano era composto de uma média de quarenta perfis, enquanto perfis que apresentavam certa fixidez, nos aplicativos Grindr e Scruff. Ao longo desta pesquisa, muitos deles mantiveram os seus perfis enquanto “íntactos”, sem mexer tanto nas fotografias utilizadas em seus perfis, quanto nas demais informações visíveis, o que incluía os textos de apresentação pessoal. Com um ano e meio de pesquisa de campo (somando mais seis meses de realização das entrevistas), logo me tornei “familiar” àquele ambiente. Conhecia os perfis que identifiquei nesta dissertação como “fixos”, interagindo com muitos, desde o período que marcou o início da observação participante até a conclusão das entrevistas.

A familiaridade com o ambiente teve o seu bônus e o seu ônus. Na parte positiva, pude reconhecer elementos que não eram regulares, a exemplo dos novos usuários e os usuários *flâneur*. Estes últimos eram aqueles que estavam de passagem pelas localidades, atípicas de seu uso corriqueiro. Geralmente, se tratava de turistas, visitantes de regiões distantes, ou até próximas, pessoas que estavam desfrutando daquela região por um determinado período, geralmente curto.

Através das análises realizadas por Walter Benjamin (1994), compreendo que o *flâneur* não é um mero passageiro físico, mas, também, ele é um passageiro emocional, que observa e vivencia afetivamente, às vezes de forma momentânea, tal contexto. Sendo, também, entendido como um jogador, o *flâneur* encontra-se naquele ambiente para “apostar”. Nesse caso, os *usuários flâneur* dos aplicativos de relacionamento estão dispostos nesse ambiente para consumir e serem consumidos, dispostos a interagir com os usuários presentes naquele território, se relacionando de diversas formas, jogando o jogo de acordo com as regras locais, estabelecidas para este campo afetivo em específico.

Um dos ônus pela familiaridade consistia no estigma que o papel de pesquisador evocava naquele contexto, enquanto uma figura “estranha” e “suspeita”. Por muitas vezes, fui questionado pelos usuários dos aplicativos a respeito da validade da pesquisa e o que fazia com tais informações obtidas. Obviamente, estar ali como um usuário-pesquisador implicava, por muitas vezes, como se eu não fosse também um homossexual ou um jovem na mesma faixa etária dos colaboradores. Sem contar que era posicionado de forma dupla pelos usuários: em alguns momentos era rejeitado pelo fato de ser um pesquisador ou por minha própria aparência física, deixando, assim, de ser objeto de consumo/desejo dos usuários; em outros momentos, era “fetichizado” pelos usuários,

exatamente pelas mesmas identificações atribuídas pelos colaboradores enquanto um “pesquisador”, “cientista”, “intelectual” e “universitário”.

O caminho para chegar aos entrevistados foi tortuoso e misto. Inicialmente, entrei em contato com alguns deles através de um perfil sem informações pessoais ou imagens. Entrava em contato com a maioria dos usuários próximos geograficamente, ou seja, aqueles que se encontravam nas cidades vizinhas ou residentes na mesma cidade onde eu estava naquele período, Cachoeira, enquadrada enquanto a cidade-central nesta pesquisa, utilizada para acionar e identificar as demais cidades do Recôncavo, através das quilometragens exibidas pelos perfis. A partir disso, me apresentava com imagens pessoais e descrições, sobre minha figura enquanto pesquisador e sobre o conteúdo da pesquisa. O método não foi 100% eficaz, no começo, visto que, sem informações, poucos eram aqueles que correspondiam as minhas mensagens e um número ainda menor era daqueles que se sentiam seguros a proceder com a investigação.

A solução encontrada foi a construção de um perfil de apresentação, com uma imagem própria, enquanto uma “fotografia de perfil” e uma breve descrição, a fim de instigar novos contatos para a realização das entrevistas. Então, a partir da construção desse perfil, novas vias e formas reestruturadas de entrevista foram desenvolvidas: desde usuários que entravam em contato comigo, curiosos a respeito da descrição sobre a pesquisa até usuários que respondiam as perguntas após o meu “pontapé” inicial. O roteiro era o mesmo: após uma breve conversa sendo iniciada, e a devida apresentação da pesquisa e do pesquisador, de forma mais detalhada sobre as características e os objetivos da pesquisa, que era, enfim, iniciada a entrevista com o usuário.

Os contatos, em sua maioria, foram amistosos e, dessa boa “safra”, muitas entrevistas surgiram. Contudo, nem todas as entrevistas iniciadas chegaram aos seus devidos fins. Muitos colaboradores desistiam no meio do caminho, outros “desapareciam” na metade do percurso do roteiro, e muitos outros pararam de corresponder às minhas mensagens. Nesse cenário, concluir um número razoável de entrevistas foi a parte mais complicada nesse processo de pesquisa.

A primeira pausa ocorreu em maio de 2018, após a conclusão de doze entrevistas e algumas entrevistas tidas como “incompletas”. Trabalhar com as mídias digitais necessitava de outra noção de tempo e de espaço. A comunicação não era linear e síncrona, e cabia ao meu papel de pesquisador pensar em outra forma de orientação para resolver esse descompasso. O estilo de pesquisa adotado foi desenvolvido a partir da comunicação assíncrona, comum em pesquisas em ambientes virtuais, em que a troca de

mensagens se estabelece entre o pesquisador e o colaborador em intervalos de conexão, podendo durar poucas horas até alguns dias. Para uma melhor validação dos dados, todas as interações eram “printadas”, através de capturas de tela (*screenshots*), disponíveis enquanto configuração básica de um smartphone. Os *prints* eram salvos na galeria do meu smartphone e depois armazenados em arquivos no notebook, a fim de serem organizados e depois transcritos.

Após esse longo processo, retomei ao campo, efetuando mais oito entrevistas, totalizando vinte entrevistas. As entrevistas realizadas com os usuários dos aplicativos foram dispostas da seguinte forma: dez entrevistas realizadas no aplicativo Grindr, cinco entrevistas realizadas no aplicativo Hornet e cinco entrevistas realizadas no aplicativo Scruff.

O primeiro entrevistado foi **Antonio**⁴⁷ em março de 2018. Antonio era um *jovem* Z de 22 anos de idade, que se apresentava como “malhadinho”. Se autodeclarava negro, homossexual e sexualmente versátil-ativo. Era estudante universitário, solteiro e usava o app Grindr há pouco tempo. Buscava por sexo, ao menos inicialmente. Conheceu o aplicativo através de recomendações dos amigos que moravam em Salvador, que também eram usuários do serviço. Antonio morava com os pais, na cidade de Cruz das Almas, um fator que o impossibilitava de acessar o aplicativo livremente. Como não era assumido, Antonio tinha que procurar por vias alternativas de viver a sua sexualidade, e o aplicativo mostrava-se enquanto uma possibilidade real e efetiva para isso.

Depois, entrevistei **Arthur**, no mês de abril daquele mesmo ano. Morava em Santo Amaro, tinha 21 anos, era negro, homossexual, estudante universitário, solteiro e sexualmente se classificava como passivo. Achava-se “magro” e se autoenquadrava nas tribos “nerd”, “garoto” e “discreto”. Começou a usar o Grindr enquanto ainda era menor de idade, cerca de quatro anos atrás. Ao longo de sua trajetória no aplicativo, Arthur teve duas contas. Nelas, encontrou “pessoas legais” e um namoro que “acabou não dando muito certo”, sendo este último o motivo da exclusão da sua primeira conta. Com dois meses de retomada, nesta terceira conta, os interesses de Arthur continuavam sendo a busca por um parceiro amoroso, em suas palavras “Alguém que cresça comigo. Que esteja ao meu lado da mesma forma que estarei.”

Em maio de 2018, conheci **João**. Era um rapaz negro, de 21 anos e solteiro. Se afirmava enquanto homossexual e costumava ser passivo em suas relações sexuais. Era

⁴⁷ Nomes fictícios foram adotados para todos os usuários entrevistados, a fim de proteger as suas identidades nesta pesquisa.

estudante universitário e morava na residência estudantil, em Cruz das Almas. Era um “veterano” no Hornet, e assim como Arthur, começou a usar o aplicativo quando tinha 17 anos. Conheceu o Hornet através de pesquisas que fez na internet. Não apenas o Hornet, mas João também possuía perfis ativos no Grindr e no Scruff. Não conseguia enxergar diferenças entre eles, em suas palavras: “São bem iguais. A maioria dos boys daqui ficam nos três. Os boys daqui do Recôncavo, no caso (...) é a forma mais fácil de encontrar os homens da região. De ficar *de olho nos boys* que estão por perto”.

Minhas interações com **Ricardo** ocorreram em março de 2018. Ricardo buscava “conhecer pessoas” no Grindr, para diversas finalidades. Ele era um rapaz de 21 anos que tinha dificuldade em encontrar “caras gays e bis na faculdade” onde ele estudava, visto que a maioria, em sua visão, se encontrava no “armário”. Na dificuldade em saber “se são ou não”, Ricardo consumia o aplicativo no intuito de identificar “quem curtia a fruta”, já que entendia o papel do Grindr enquanto um facilitador, um “meio caminho andado”. Sendo mais um dos usuários residentes em Cruz das Almas, Ricardo era solteiro, assumidamente homossexual (“Sou gay e não nego isso a ninguém”) e sexualmente versátil.

A primeira vez que vi o perfil de **Caio** foi no começo de 2018, durante os períodos de observação. Em seu perfil, nessa época, Caio se apresentava como “novinho”. Era um rapaz negro, de 19 anos, que era natural e residente de Cachoeira. Na entrevista realizada em maio, ele se apresentava como um homossexual não-assumido, estudante, detentor de corpo “magro” e sexualmente versátil. Tinha conhecido o Scruff após a recomendação de um amigo. Antes, Caio já usava o Tinder e estava curioso para saber se o Scruff era “melhor”, no sentido de lhe proporcionar “sexo e pegação”, coisa que o Tinder não lhe oferecia com facilidade. Na sua concepção, o Tinder era mais propício para quem quer “procurar namorado, fazer amizades”, um lugar para “relacionamentos mesmo”. Seu intuito ali no Scruff era o oposto, queria apenas “pegação”, “coisas casuais”, não buscava “relacionamento”.

Alan foi o quarto colaborador que conheci através do Grindr. Tinha 22 anos, se autodeclarava negro e era estudante. Natural da cidade de São Félix, Alan agora morava em Muritiba, cidade vizinha. A vida nova em outro interior estava proporcionando ao jovem as experiências de uma nova fase afetiva, um novo mundo de possibilidades, com o aplicativo tendo um papel fundamental nessa história. Alan não possuía amigos gays próximos, fisicamente, apenas “virtuais” em outras cidades e em outros estados, e quase não os via, quando não, nem chegou a conhecê-los pessoalmente. O aplicativo, dessa

forma, lhe abria uma porta para conhecer outros homens gays da região. Não apenas para se relacionar de forma amorosa e/ou sexual, mas para criar laços, desenvolver amizades. Solteiro e sexualmente versátil, Alan se apresentava como “+/-” assumido (...) “não me escondo, nem me lanço ao vento rrsrs”.

Jean foi mais um usuário que conheci no Hornet, sendo o primeiro homem branco que entrevistei. Jean tinha 18 anos, era estudante e morava em Muritiba. De todos os solteiros, Jean foi o único que afirmou que estava em uma “amizade colorida”, com um rapaz que tinha conhecido através do Tinder. Sexualmente versátil, Jean buscava “pegação e amizade” com outros homens, já que achava o Hornet enquanto um ambiente onde “as coisas são mais diretas”. Apesar de consumir o Tinder, por um longo tempo, quando se tratava de um “aplicativo gay”, Jean era um calouro. Estava usando o app há apenas dois meses, ainda sem saber muito bem como se locomover naquele espaço. Ainda não tinha tido encontros proporcionados pelo Hornet, até o período da entrevista, realizada no final de abril.

Micael me mandou mensagem no final de maio. Estava interessado em participar da pesquisa, motivado pela mensagem que deixei no meu perfil. A entrevista, por outro lado foi intensa, causada por longas pausas, realizadas por ambos os lados. A primeira pausa se deu pelo fato de Micael ter conhecido um rapaz no aplicativo Scruff, o meio por onde trocávamos mensagens. Empolgado com o “boy do app” e o possível relacionamento sério a caminho, Micael interrompeu a troca de mensagens por um período de quinze dias. Neste período, realizei a primeira pausa no processo de entrevistas, no intuito de analisar os dados obtidos com as entrevistas realizadas do começo de março até o fim de maio.

Ao estar insatisfeito com o material que tinha, retomo a minha incursão aos três aplicativos, quando encontro mensagens de Micael, relatando que o provável relacionamento não tinha dado certo. Nesse período, coincidindo no nosso retorno ao Scruff, demos segmento à entrevista, que estava paralisada até então. Micael era um rapaz branco, de 26 anos, estudante universitário, que morava em Cruz das Almas. Solteiro, passivo e assumido, Micael conheceu o Scruff através de uma pesquisa na *store* do seu smartphone, na busca por sexo fácil. Sem encontrar o que buscava, passou a “conhecer as pessoas”, tornando-se, assim, o seu principal objetivo naquele espaço.

Conheci **Matheus** em junho de 2018, no aplicativo Scruff. Um jovem de 23 anos, homossexual, estudante universitário e solteiro, Matheus morava em Cruz das Almas e usava o aplicativo há pouco tempo. Conheceu o Scruff através de um grupo de conteúdo

pornográfico, que participava no aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp. Mantinha sempre o aplicativo conectado ao seu smartphone, já que estava motivado a “conhecer pessoas novas”. Encontrava-se “aberto às possibilidades” que o aplicativo poderia lhe oferecer, “de sexo casual até um relacionamento sério”. Versátil, mas preferencialmente passivo, Matheus buscava encontrar homens compatíveis como o seu perfil, e que estivessem geograficamente mais próximos.

As trocas de mensagens com **William** começaram no início de junho, através do aplicativo Grindr. Ele era um rapaz de 20 anos, negro, solteiro, “gay” e se definia enquanto “versátil”. Era estudante universitário, como a maioria, e morava em um distrito de Muritiba. Conheceu o Grindr a partir de um vídeo no canal “Põe na Roda”⁴⁸, no YouTube. Não usava o aplicativo com frequência, apenas “às vezes, para passar o tempo”. Estava buscando fazer novas amizades naquele ambiente, queria conhecer pessoas “novas” ali, “fazer amigos, conversar”, mas, também, “no final de tudo se terminar em sexo, ótimo!”.

Rafael usava o Hornet há quase um ano. Entrei em contato com ele em meados de junho. Era um rapaz de 18 anos, negro, estudante universitário e morava em Santo Amaro. Se apresentava como um “homossexual assumido, passivo e afeminado”, performando o seu gênero de forma bem distinta, em relação aos demais usuários entrevistados. Sua inserção no aplicativo se deu após um “relacionamento que não tinha futuro”. Como solteiro, ele buscava ali um novo relacionamento, “um possível relacionamento sério, um namoro mesmo”. Tinha o intuito de encontrar homens que estivessem geograficamente mais “distantes”, pois não gostava de se relacionar com pessoas da mesma cidade. Já era familiarizado com o ambiente dos aplicativos de relacionamento, visto que antes do “relacionamento sem futuro”, Rafael chegou a usar os apps Grindr e o Badoo.

Eu e **Pedro** morávamos na mesma cidade do Recôncavo, em Cachoeira. Começamos a nossa conversa através do aplicativo Grindr, em meados de junho. Pedro era um jovem negro, de 22 anos, homossexual, solteiro e estudante universitário. Se identificava como “magro” e sexualmente versátil, se classificando como um “garoto”, e queria através do aplicativo “conhecer pessoas”. Estava aberto “ao que rolar”, “aberto às possibilidades” que o Hornet poderia lhe proporcionar. Também era outro usuário já familiarizado com ambiente dos aplicativos de relacionamento, visto que possuía um

⁴⁸ Um dos mais famosos portais de notícias no Brasil sobre o universo LGBTQ, possuindo um canal ativo no YouTube: <http://www.youtube.com.br/canalpoenaroda/>.

perfil no Tinder, antes mesmo de conhecer o Hornet. Em nossas interações, Pedro afirmou que tinha conhecido o Hornet através de um anúncio publicitário em um site de notícias.

Leonardo foi mais um colaborador que conheci através do Hornet. Nasceu e cresceu no Estado do Ceará. Estava morando no Recôncavo há quase um ano. Tinha 19 anos, era homossexual, estudante universitário e estava solteiro naquele momento. Aliás, em seus termos, estava “encalhado”. Consumia o aplicativo há quase dois anos e estava na sua segunda conta. A primeira conta era usada enquanto ainda estava no Ceará, já a segunda conta teve o seu início assim que chegou à Bahia. Para além das diferenças territoriais, Leonardo também estava adotando diferentes performances no aplicativo. Na primeira conta, ele buscava algo mais “casual” em um comportamento mais “discreto”, enquanto nesta segunda, queria algo mais “sério e leve”, um “relacionamento”, ao passo que tinha uma postura mais “aberta” e sexualmente mais “livre”.

A entrevista com **Tomaz** foi realizada através do Grindr. Ele conheceu o serviço quando buscou por aplicativos de relacionamento na loja virtual do seu smartphone. Tomaz era um jovem de 26 anos, que morava em Cruz das Almas. Era negro, homossexual, estudante universitário e solteiro. Antes de começar a usar o Grindr, Tomaz era “casado”. O casamento “não era em termos oficiais, nos papéis”, apenas “morava com outro homem”. O relacionamento durou por quatro anos e meio, o mesmo período que passou a morar em Cruz das Almas. Com dois meses de uso, Tomaz queria conhecer “algo novo” no Grindr, “conhecer pessoas novas, um cara novo”.

Marcelo se apresentava no Grindr com um *username* sugestivo. Seu *user* informava a sua preferência sexual e modo como gostava de se relacionar, em “discrição”. Constantemente, ele se afirmava enquanto “muito discreto!”. Era um rapaz que, também, se considerava “magro”, tinha 22 anos e se autodeclarava “negro”. Era cabeleireiro, solteiro e morava na cidade de Sapeaçu. Estava usando uma conta nova, com apenas três dias de uso, mas já tinha usado o Grindr antes. Além do próprio Grindr, Marcelo também tinha uma conta recém-criada no aplicativo Scruff. Não enxergava diferenças entre os aplicativos: “São basicamente iguais. Até são as mesmas pessoas presentes nos dois apps.”. Estava em busca de encontrar os “caras da região”, sendo que não queria nada que fosse “sério”, só queria “*esquemas, fretes, alguém pra transar nas horas vagas*”.

Vinicius me mandou mensagem, em meados de junho, com “segundas intenções”. Ao longo da entrevista, recebi mensagens do tipo “Acho que você poderia dar um tempo nessa entrevista e vim transar um pouco”. Sem correspondência, aos poucos, as “cantadas” perderam o efeito e continuamos no desenvolvimento da entrevista. Morava

em Sapeaçu, tinha 23 anos, negro, solteiro e se identificava enquanto sexualmente ativo. Era estudante universitário e também trabalhava como funcionário público. Começou a usar o Grindr após pesquisar por “aplicativos de relacionamento” na internet. Não era um usuário assíduo, só usava quando queria “arranjar alguém para um lance”. Estava ali apenas em busca de “curtição” com outros homens. Apesar do seu “sucesso”, relatado pelo mesmo em relação a sua trajetória no aplicativo, Vinicius demonstrava estar insatisfeito com o consumo dessa tecnologia: “Vou excluir esse app... Cansei... das mesmas pessoas”.

Em relação aos rapazes bissexuais, foram entrevistados três usuários: Iago, Rômulo e Junior. Um dos primeiros usuários do Scruff que entrevistei foi **Iago**, em meados do mês de abril. Iago tinha 26 anos na época, era um servidor público da cidade de São Felipe. A profissão de Iago, de certo modo, o posicionava de outra forma no aplicativo. Evitava associações com a identidade “gay”, por isso procurava ser sempre “discreto” na forma como se relacionava nesse ambiente on-line. Era solteiro, se apresentando na pesquisa como “pardo”, “parrudo” e sexualmente versátil (*curto os dois, sou liberal*). Ele conheceu o Scruff após pesquisar pelo termo “gay” na *store* do seu smartphone, a fim de encontrar aplicativos com essa *tag*. Nessa busca, encontrou também o Hornet e Grindr, desenvolvendo contas em ambos⁴⁹.

Rômulo foi o quinto rapaz que conheci através do Hornet. Morava em Cruz das Almas, era estudante universitário, solteiro e sexualmente “versátil”. Não gostava de rótulos, tanto em relação à orientação, quanto à raça. “Não costumo usar nenhum rótulo nesse quesito”. Fugia do título de “bissexual”, em suas palavras: “costumo dizer que gosto de pessoas”. Contudo, preferiu se identificar na pesquisa através da orientação sexual bissexual. O mesmo ocorreu com a sua autodeclaração racial: “Pardo, eu acho hahahaha (...) Sou mestiço, mas acho que o pardo se encaixa nesse mestiço”.

Essa era a segunda vez que estava no Hornet. A primeira vez foi no final de 2017. Seu consumo era motivado pela possibilidade do aplicativo em proporcionar uma vivência da sua sexualidade de uma “melhor forma”: “foi a experiência mais ousada da minha adolescência (...) A primeira vez que saí com desconhecidos. Também, foi a

⁴⁹ Apesar de ter entrevistado três homens bissexuais, esse trabalho está assentado sobre a análise da homossexualidade no meio on-line e as respectivas implicações do desejo homo-orientado. Logo, a presença dos bissexuais, e o relato desses entrevistados, servem como apêndices da discussão, para a análise das diversas negociações homoeróticas, as distintas formas de afetividade entre homens e os modos como as diversas sexualidades atuam nessas dinâmicas desenvolvidas no meio on-line.

primeira vez que pude ter uma experiência de *sexo a 3*. E também foi a primeira vez que fui a um motel”.

Já **Junior** foi último usuário do Grindr que participou das entrevistas. Também sendo bissexual, Junior tinha 19 anos, era negro, solteiro, versátil e “magrinho”. Além de ser estudante de um curso técnico, ele também era vendedor em uma loja de eletrodomésticos. Não queria um relacionamento naquele período. Estava usando o aplicativo há três meses, antes da entrevista, logo após o fim de um namoro, que durou por dois anos e seis meses. Tinha conhecido o Grindr a partir de um anúncio publicitário no Instagram, e não buscava nada específico naquele ambiente, estava deixando “rolar”.

Por fim, **Silas**, que foi o quinto usuário do Scruff e último usuário geral que entrevistei. Silas era um jovem de 18 anos, “gay”, estudante universitário, solteiro, “passivo” e residente na cidade de Cruz das Almas. Conheceu o Scruff através de uma pesquisa no Google, e lá se vão quatro meses de consumo. Também usava o Tinder, e para ele: “No Tinder as pessoas não são tão explícitas, geralmente começam com um papo mais amistoso antes de mostrar o que realmente querem.”, mas ao longo da entrevista, Silas relatou mais a respeito desses aplicativos “... então eu vejo o Scruff e o Tinder como aplicativos para conhecer pessoas novas, mas agora as pessoas usam como se fosse um açougue, eu escolho você pela sua carne e pergunto o que você curte ou deixa de curtir e decido se quero ou não transar com você e comigo isso não cola”.

CAPÍTULO 2 – CONSTRUÇÕES IDENTITÁRIAS NA CONTEMPORANEIDADE

2.1 – OS APLICATIVOS COMO ESPAÇOS DE CONSTRUÇÕES IDENTITÁRIAS

Ao construir um perfil em um aplicativo de relacionamento, o usuário realiza um processo de autorreflexão sobre quem ele é e o modo como irá se mostrar aos demais. Não apenas a respeito daquilo que ele irá exibir, mas também do que vai omitir, se possível. Uma das formas de regular essa visibilidade, entre o visível e o invisível, pode ser orientada através dos recursos textuais, disponibilizados pelos próprios aplicativos, através da descrição de si ou do uso de outros caracteres com base na sua própria identidade. Mas o que seria essa tal identidade?

De acordo com Tomaz Tadeu da Silva (2009, p. 77-78), a questão identitária está em voga atualmente, posicionando-se no centro das grandes teorias sociais e nas práticas políticas cotidianas. Com o passar dos séculos, as antigas fontes de ancoragem da compreensão sobre a identidade, como a família tradicional, a igreja católica, e entre outras instituições, passaram a perder legitimidade e reconhecimento. Nesse movimento cenário, novos grupos culturais ganharam notoriedade, buscando afirmar suas identidades, tidas como emergentes, ao mesmo tempo em que questionavam as posições privilegiadas ocupadas pelas antigas identidades, até então, vistas como hegemônicas.

No Iluminismo, a individualidade não era “vívida”, muito menos “conceitualizada”. As identidades eram tidas como “divinamente” estabelecidas e não estavam sujeitas a mudanças ao longo do tempo. O status, a classificação na hierarquia vigente e a posição social de um indivíduo era, na maioria dos casos, definida no seu nascimento, e permanecendo idêntica, ou sem grandes alterações, até a sua morte. Nas explanações de Raymond Williams⁵⁰, o sujeito era indivisível – uma entidade unificada no seu próprio interior (apud HALL, 2006, p. 25).

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2005, p. 57) compreende esse período enquanto uma “era sólida”, no qual não apenas as identidades, mas diversas outras instituições e elementos sociais eram fundamentados em bases totalmente essencialistas, sendo vistas enquanto propriedades fixas, centradas, totalizantes e estáveis, sem

⁵⁰ WILLIAMS, Raymond. *Keywords*. Fontana: Londres, 1976. p. 133-135.

possibilidade de alteração no tempo e no espaço. A identidade na “era sólida” estava tão respaldada socialmente nessas bases que eram entendidas enquanto características naturais, predeterminadas e inegociáveis.

Com o passar do tempo, novas bases começaram a surgir, focalizando nas diferenças existentes entre as pessoas, assim como nas características comuns e compartilhadas (WOODWARD, 2009, p. 12). A noção de identidade começou a abandonar o seu caráter enquanto algo “sólido”, algo que fosse garantido para toda uma vida, possibilitando, dessa forma, negociações e revogações diversas, a partir das relações sociais estabelecidas. O indivíduo contemporâneo se consolida como aquele que não possui uma identidade fixa e totalitária, mas múltiplas identidades, construídas ao longo de discursos, práticas e posições assumidas, ocasionando possíveis cruzamentos e/ou antagonismos (HALL, 2009, p. 108).

De acordo com o sociólogo jamaicano Stuart Hall (2006, p. 23), as identidades que eram plenamente unificadas e coerentes, em torno de um “eu”, tido como real, concreto e incontestável, agora, tornaram-se deslocadas, mudando em um processo contínuo, em correlação ao contexto sociocultural e histórico em que elas estão inseridas. Esse deslocamento é entendido enquanto um dos fatores principais que marcam a entrada dos indivíduos na era moderna.

Na mesma linha de discussão, para Bauman (2005, p. 35) as identidades modernas estão “flutuando no ar”, visto que ganharam um “livre curso” em seus processos de formação, cabendo a cada indivíduo capturá-las em pleno voo, usando os seus próprios recursos e as ferramentas necessárias para administrá-las. Ao invés de se constituir enquanto um fato predeterminado, as identidades estão funcionando enquanto verdadeiros meios sociais, propósitos para o alcance de algo, como uma forma para se estabelecer nos espaços sociais.

Essa compreensão das identidades enquanto *construções*, parte da visão de tê-las enquanto “obras em andamento”, desenvolvidas a partir das relações entre os indivíduos na/com a sociedade, por meio de suas trajetórias sociais, enquanto projetos em desenvolvimento contínuo. A noção de construções identitárias, aqui adotada, funciona como uma fuga da ideia estrutural em que as identidades são tidas como pontos finais (HALL, 2009, p. 111-112). É dessa forma que a identidade adquire o seu caráter múltiplo, visto que essas construções são realizadas em diferentes segmentos e planos, da mesma forma diversa em que as próprias interações são estabelecidas no cotidiano.

A cada interação desenvolvida, sob determinado contexto, novas construções identitárias são realizadas, bem como, reconstruções, atualizações e demolições. As identidades construídas, nesse sentido, tornam-se sinônimos de verdadeiros empreendimentos sociais, em que investimentos são realizados, sob diversas ordens, para objetivos distintos. Na ótica de Hall (2003, p. 15), fugindo dos essencialismos teóricos que vigoraram até os dias atuais, as identidades modernas devem ser concebidas enquanto lugares que se assumem nas conjunturas, enquanto uma possível costura entre a posição de sujeito adotada e o contexto por ele vivido. Dessa forma, as identidades deixaram de ser unificadas, podendo haver contradições no seu interior e discrepâncias entre os níveis coletivos e individuais (WOODWARD, 2009, p. 15).

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora “narrativa do eu” (HALL, 2006, p. 13).

Seguindo o raciocínio, Bauman (2005, p. 56) compara a tarefa de um construtor de identidade com a de um *bricoleur*, assim como foi desenhado pelo antropólogo belga Claude Lévi-Strauss em *O Pensamento Selvagem*⁵¹, através da construção de todo tipo de coisa, a partir de materiais disponíveis que se tem à mão. Nas análises do sociólogo:

A construção da identidade assumiu a forma de uma experimentação infundável. Os experimentos jamais terminam. Você assume uma identidade num momento, mas muitas outras, ainda não testadas, estão na esquina esperando que você as escolha. Muitas outras identidades não sonhadas ainda estão por ser inventadas e cobiçadas durante toda a sua vida. Você nunca saberá ao certo se a identidade que agora exhibe é a melhor que pode obter e a que provavelmente lhe trará maior satisfação (BAUMAN, 2005, p. 91-92).

Hall (2006, p. 95), em diálogo com autores pós-estruturalistas como Michel Foucault e Judith Butler, assinala que as identidades são construídas no interior das relações de poder, no e pelo discurso, e, assim, toda identidade passa a ser fundada a partir de exclusões e inclusões – “o que sou” e “o que não sou”, sendo também marcada pela

⁵¹ O *bricoleur* é aquele que executa um trabalho usando meios e expedientes que denunciam a ausência de um plano preconcebido e se afastam dos processos e normas adotados pela técnica. Caracteriza-se, especialmente, pelo fato de operar com materiais fragmentários, já elaborados, ao contrário, por exemplo, do engenheiro que, para dar execução ao seu trabalho, necessita da matéria-prima (LÉVI-STRAUSS, Claude. *O pensamento selvagem*. Trad. Tânia Pellegrini. 8ª edição. Campinas: Papirus, 2008. p. 32).

diferenças entre gênero, sexualidade, raça, classe, corpo, etc. Complementam-se as análises de Kathryn Woodward (2009, p. 14), concebendo a noção de construção identitária enquanto algo sempre tido como relacional e contextual, já que precisa estar em contraste com outras identidades para ser reconhecida como tal, estando sempre em jogo, sendo elaborada a partir das relações de conflito e das disputas pelo poder.

Ainda de acordo com Woodward (2009, p. 08-09), as identidades adquirem sentido a partir dos sistemas simbólicos em que estão inseridas, ou pelas quais são representadas e marcadas, assim, por meio de símbolos. A representação é compreendida como um processo cultural que estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia, classificando o mundo e as nossas relações no seu interior (op. cit., 2009, p. 19).

As representações incluem as práticas de significação, por meio dos quais os significados são produzidos e os sentidos são atribuídos, posicionando-os enquanto sujeitos. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência, àquilo que somos e àquilo no qual podemos nos tornar (WOODWARD, 2009, p. 17). Sendo assim, a construção de uma identidade é uma ação simbólica e, portanto, social. A construção e a manutenção das identidades, através de símbolos, tratam-se de meios pelos quais os sentidos das práticas são atribuídos, definindo, por exemplo, quem é excluído e quem é incluído, a partir de determinados elementos identitários que imperam como padrões para os demais, tratando-se, assim, de elementos que classificam e diferenciam o indivíduo em uma ordem social e simbólica (op. cit., 2009, p. 10-13).

Apesar do caráter ambivalente na relação, para Tomaz Tadeu da Silva (2009, p. 75-76), a identidade e a diferença mantêm uma relação de estreita dependência, tornando-se inseparáveis e mutuamente determinadas. Ambas seriam resultado dos processos de produção simbólica e discursiva, sendo passíveis de serem classificadas e hierarquizadas. As identidades são construídas na diferença, a partir das relações com os outros, com aquilo que se identifica e com aquilo com o que não há identificação, com aquilo que se tem e com o que falta, com o que é exterior a eles e com o que é desenvolvido no interior das relações. Os indivíduos são construídos como sujeitos a partir da formação discursiva (HALL, 2009, p. 114), ou seja, sujeitos produzidos no e pelo discurso.

Historicamente, as relações entre identidade e diferença se ordenaram em torno de oposições binárias (masculino/feminino; branco/negro; heterossexual/homossexual; entre outros). Com o passar das décadas no século XX, a identidade passou a ser

questionada, problematizando esses mesmos binarismos constitutivos. A normalização, assim, se classifica como um dos processos mais sutis pelos quais o poder se manifesta no campo da identidade e da diferença. Normalizar, dessa forma, significa eleger arbitrariamente uma identidade específica como o parâmetro, em relação aos quais as outras identidades são avaliadas, medidas e hierarquizadas. No mesmo processo de normalização de identidade, todas as características positivas possíveis são acionadas para caracterizá-la, instaurando uma visão de forma negativa para todas as outras, desviantes deste padrão. A força da “identidade normal” é tal que ela nem sequer é vista como uma identidade (SILVA, 2009, p. 82-83).

Para Hall (2009; 2006), toda identidade normatizadora possui, ao seu redor, identidades tidas como marginais, desviantes, excessivas. A homogeneidade que uma identidade pode assumir não se trata de algo natural, e sim algo construído socialmente. O processo de identificação do sujeito irá alocá-lo de acordo com as proximidades e distâncias que o mesmo possui em relação aos padrões instituídos, enquanto uma régua, que mede aqueles que pertencem ao grupo dominante e os membros dos grupos desviantes. Para Bauman (2005, p. 44), o processo de identificação é um dos fatores principais na estratificação social moderna, pelo seu caráter diferenciador, que posiciona os indivíduos em determinados locais na sociedade. Complementando-se as análises de Woodward (2009, p. 64), seria um processo pelo qual nos identificamos com uns e nos diferenciamos de outros, constituindo assim grupos específicos de exclusão e inclusão.

Nesse sentido, as identidades construídas on-line são indissociáveis daquelas que são construídas no off-line. O que acontece nos aplicativos de relacionamento, em específico, diz respeito a uma ampliação das possibilidades de atuação, encenação, apresentação e representação de si, permitindo que fantasias e desejos sejam acessados e vividos em um ambiente percebido socialmente como se fosse até uma “suspensão da realidade” (PADILHA, 2015, p. 50).

Para o contexto do Recôncavo Baiano, os aplicativos de relacionamento funcionam como verdadeiras “comunidades”, enquanto grandes espaços de construções identitárias, das mais distintas formas e em níveis individuais e coletivos, na qualidade de estruturas complexas e orgânicas, em que o senso de pertencimento identitário é reforçado. Dessa forma, os aplicativos de relacionamento também podem ser entendidos como um complexo campo social, em que todas essas relações de poder, entre os usuários, estão em jogo, e as identidades, múltiplas em caráter, são construídas, reformuladas e/ou

atualizadas no ambiente on-line, impulsionando as interações constantes entre os seus membros e auxiliando na formação de agrupamentos sociais específicos (tribos sociais).

O mundo contemporâneo encontra-se, cada vez mais, fragmentado, e dessa forma, o anseio por identidade também vem do desejo por segurança (BAUMAN, 2005, p. 35). A busca por identidade significa uma procura por autoafirmação, no sentido de dizer “sou o que sou e esse é o grupo que pertencço”, enquanto uma forma de se identificar e salvaguardar essa identidade, sendo reconhecido pelos outros através desta identificação. Nas palavras de Michel Maffesoli (2003): “(...) sou o que sou porque outros me reconhecem como tal”⁵².

Nesse sentido, as tribos sociais (ou também conhecidas como *neotribos*) emergem como novas formas de organização social, no qual há o agrupamento de indivíduos com identidades, interesses e características socioculturais em comum, como valores, estilo de vida, comportamentos, moda, etc., desenvolvendo uma rede de reconhecimento, compartilhamentos e afetos em diferentes níveis. Inferindo a partir das análises realizadas pelo sociólogo francês Michel Maffesoli (1998, p. 08), as tribos seriam processos de massificação no interior da sociedade, desenhadas na forma de agrupamentos sociais, que reforçam o ideal de “estar junto”, desenvolvendo, assim, laços afetivos com seus semelhantes, além de reiterar o caráter da representação – “sou, logo pertencço!”. Contudo, da mesma forma que uma tribo pode cristalizar uma representação, ela também pode posicionar a identidade de um indivíduo em um terreno instável, em conflito com as demais identidades que a constituem.

Maffesoli (1998, p. 28) explica que as tribos possuem um caráter coesivo, desenvolvido a partir da partilha sentimental de valores, lugares ou de ideias, que estão, ao mesmo tempo, circunscritos e que são encontrados sob diversas modulações, em numerosas experiências sociais. São, basicamente, caracterizadas pela fluidez, pelos ajustamentos pontuais, pela dispersão e pelo caráter relacional, em uma organicidade que depende de movimentos de atração/repulsão e inclusão/exclusão. A tribo, enquanto um círculo de afinidades (MAFFESOLI, 1998, p. 105), se estabelece através de rituais e de signos de reconhecimento específicos, a fim de fortalecer os laços entre os seus membros e a representação geral do coletivo, enquanto um cimento que une diferentes pessoas com características em comum.

⁵² MAFFESOLI, Michel. *L'instant éternel: le retour du tragique dans les sociétés postmodernes*. Paris: Table Ronde, 2003. p. 40-41.

Nos aplicativos analisados, em especial no Grindr, há a identificação dos usuários através do seu pertencimento em doze tribos sociais específicas: os “ursos” (do inglês originário *bears*), por exemplo, seriam os homens fortes e robustos, com o corpo peludo e a barba cheia⁵³; já os “papais” (*daddies*), são os homens mais velhos, maduros, também vistos como “coroas” ou “tios”; “couro” (*leather*) refere-se aos homens que gostam de se vestir com roupas feitas deste material, associadas às práticas de *bondage*⁵⁴ e sadomasoquismo; as “barbies” são os homens gays de corpo liso e musculoso, tido como o “corpo perfeito”, assim como a de uma boneca *Barbie* (ou a sua versão masculina, o *Ken*)⁵⁵, podendo, assim, haver/ou não, associações com a feminilidade/afeminamento, muitas vezes em caráter de inferiorização, visto que a própria forma de tratamento se encontra no feminino; e os “discretos” são aqueles que não são identificados, ou até não se identificam, enquanto homossexuais, sendo lidos, em alguns contextos, até enquanto “homens heterossexuais”. Os homens gays que se enquadram como discretos, para além do comportamento e da aparência, também, procuram desenvolver práticas vistas como “discretas e sigilosas” nos encontros afetivos e na busca por parceiros nos aplicativos⁵⁶.

Em relação à distribuição dos usuários entrevistados através das tribos em que se identificam:

⁵³ Trata-se aqui de um tipo ideal de construção de um perfil, nos moldes weberianos, podendo haver variações internas. No caso dos ursos, novos tipos são também reconhecidos entre eles: ursinhos (os ursos mais novos, que não são maduros), *cubs*, *musclebears*, *teddy bear*, *pocket bear*, *grizzly bear*, urso polar, *black bear*, pandas, entre outros. Assim como associações com outras formas de animais, como as lontras (*otters*) – um “urso” mais magro, com menos pelos corporais, e os lobos – homens mais magros com muito pelo corporal.

⁵⁴ Consiste em uma prática sexual fetichista, onde a principal fonte de prazer consiste em amarrar e imobilizar o parceiro sexual.

⁵⁵ A *Barbie* e seu parceiro *Ken* são criações da empresa de brinquedos Mattel. Tornaram-se populares nos anos 60, pela versão dos seus bonecos de corpos magros/esbeltos, tidos como “perfeitos”, além das peles brancas, olhos claros e cabelos loiros.

⁵⁶ As outras tribos do Grindr, já citadas no Capítulo 1, são: Elegantes; Nerds; Malhadinhos; Soropositivos; Garotos e (Pessoas) Trans. No Scruff, as tribos citadas são: Atletas, Rapazes Comuns, Sarados, Coroas, Universitários, Lontras, Drags, Bissexuais, Militares, Rapazes Queer, Gordinhos e Novinhos.

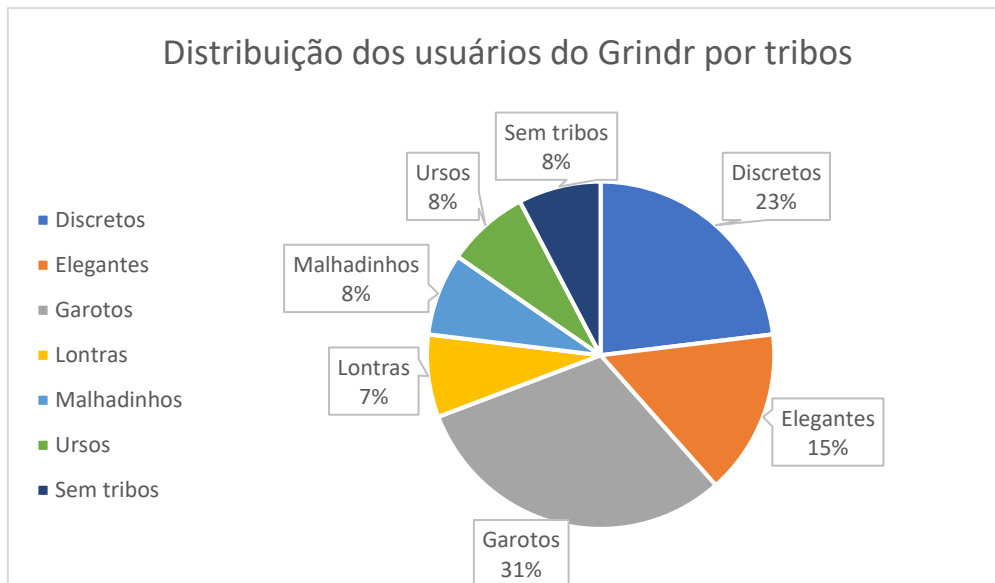


Gráfico 03: Distribuição dos usuários do Grindr por tribos.
 Fonte: Elaboração própria a partir de informações apresentadas nas entrevistas.

No Scruff, sem necessariamente se utilizar do termo “tribo”, há agrupamentos identitários específicos, pautados em diferentes tipos e estilos de masculinidades, similares as mesmas que ocorrem no Grindr. As tribos nos aplicativos gays reforçam as representações identitárias, em especial os ideais de masculinidade, pautando-se em traços ligados à aparência, tipo físico, comportamento, moda/vestuário, virilidade, estigmas, preconceitos, entre outros. Da mesma forma também, as tribos acionam outras características identitárias, ligadas a geração, gênero, sexualidade, raça, corporalidade e região, auxiliando a identificação por meio desta função e orientando o consumo através de públicos específicos e segmentados.

2.2 - GERAÇÃO Z E AS BUSCAS POR FAIXA ETÁRIA

Geração é um termo comumente utilizado nas ciências sociais para caracterizar grupos de indivíduos que nasceram e cresceram em uma mesma época, compartilhando certo *habitus*, a partir de valores, modos e comportamentos em comum⁵⁷. Desde a metade do século XX, diversos teóricos vêm classificando as gerações em recortes específicos, a

⁵⁷ Apesar da temática geracional ser amplamente estudada nas ciências sociais, vale a pena ressaltar que existem divergências entre os teóricos em relação a conceituação, caracterização e aos limites etários de cada geração. Nesta dissertação, apesar da confluência teórica entre os autores, há certa discrepância entre as faixas etárias geracionais analisadas por eles, em especial da Geração Z. Os recortes geracionais aqui utilizados buscam uma maior conformidade com fatores socioculturais, políticos e econômicos vigentes de cada período e as influências dos mesmos sobre as respectivas gerações.

partir de fatores socioculturais, políticos e econômicos, abrangendo determinadas décadas ou períodos⁵⁸.

Os *Baby Boomers*, por exemplo, são entendidos enquanto aqueles indivíduos que nasceram entre 1946-1964. O termo é proveniente da explosão de nascimentos (*baby boom*) após o fim da Segunda Guerra Mundial (SOUZA, 2011, p. 62)⁵⁹. Enquanto jovens, eles viram uma nova ordem se instaurar no mundo pós-guerra, com transformações significativas nos âmbitos políticos e econômicos. No ramo do entretenimento, além do domínio do rádio, eles presenciaram a “era de ouro” do cinema hollywoodiano, com os coloridos filmes de Walt Disney e as películas das grandes divas como Marilyn Monroe, Judy Garland, Katharine Hepburn, Audrey Hepburn, Joan Crawford, Betty Davis, Elizabeth Taylor entre outras. No final deste período, vieram também as primeiras transmissões de TV. No Brasil, os jovens deste período também conviveram com uma série de acontecimentos na área política, que vão desde o fim do Estado Novo até o golpe militar em 64. A partir disso, as gerações sucessoras foram nomeadas a partir das letras do alfabeto latino, sendo a primeira delas: a Geração X.

A Geração X (os nascidos entre 1965-1976), diferentemente da geração anterior, foi marcada por uma baixa na taxa de natalidade global⁶⁰ (SOUZA, 2011, p. 64), sendo muitos destes “X” filhos dos primeiros *Baby Boomers*. Muitos estudiosos explicam o fenômeno a partir de uma série de revoluções socioculturais e políticas que aconteceram durante este período, como: a entrada da mulher no mercado de trabalho; disseminação dos métodos contraceptivos; aumento no número de divórcios e revisão das leis matrimoniais em vários países; revolução sexual e de gênero, movimento homossexual e uma nova onda feminista. Além disso, outros importantes fatos históricos e movimentos sociais que ocorreram neste mesmo período, como o movimento negro e a luta pelos direitos civis; movimento contracultura e a corrida espacial. A “TV colorida” se popularizava cada vez mais nos lares brasileiros, principalmente entre as classes mais altas, impactando diretamente no capital cultural desses pequenos “X”.

⁵⁸ Ainda que o conceito de geração possa pressupor alguma homogeneização de seus membros, é importante salientar a diversidade existente em cada bloco geracional, onde os seus integrantes podem viver e conviver sob a ordem de diferentes estilos de vida, em um mesmo período histórico.

⁵⁹ Na cultura norte-americana, grande influenciadora da teoria das gerações moderna, a geração antecessora aos *Baby Boomers* é conhecida como *Silver Strikers*, *Greatest Generation*, *Geração Silent* e/ou *Veteranos*.

⁶⁰ Em decorrência disso, alguns teóricos também nomeiam a Geração X como *Baby Busters*. Outros nomes para essa mesma geração são: *Geração Beat*, *Geração Sombra*, *Geração Vinte e Poucos Anos*, *Geração Apática* e *Slacker Generation*.

Não há um consenso teórico sobre os limites etários que caracterizam a geração seguinte: a Geração Y. Aproximando-se das explicações de Don Tapscott (2010), a Geração Y é aquela nascida entre 1977-1989, sendo a última leva enquanto primeiros filhos da Geração X e primeiros netos dos *Baby Boomers*⁶¹. O período foi marcado por uma série de instabilidades no cenário político global como, por exemplo, os desdobramentos da Guerra Fria; o fim da ditadura militar no Brasil e abertura política no país; queda do muro de Berlim e outros conflitos e guerras, principalmente na América Latina, Oriente Médio e África. No âmbito cultural, para além da continuação no domínio da TV, o período também foi marcado pela disseminação dos computadores pessoais, dos primeiros celulares e pelo desenvolvimento da internet.

Os Anos 80, conhecidos como a “Década Perdida”, trouxeram outros significativos eventos que constituíram a “cultura jovem” desta época, como o advento da música eletrônica, novos movimentos do rock, surgimento do Hip-Hop e outros segmentos da *música black*, a popularização do canal MTV e seus famosos clipes musicais. Além desses fatores, outro grande evento que marcou o mesmo período, e consequentemente, a forma como viveram os Y, principalmente no campo afetivo, foi a epidemia de AIDS, impactando também as gerações seguintes.

Por fim, a Geração Z, de acordo com Sérgio Luiz Baena de Souza (2011, p. 70-71), é composta por aqueles nascidos entre 1990-2010⁶². A sigla “Z” vem do termo “zappear”, proveniente do inglês “to zap”, que significa fazer algo de forma rápida, com energia e/ou entusiasmo⁶³. Era comumente utilizado para o ato de trocar os canais da TV, de maneira acelerada com o controle remoto, na busca por algo que fosse interessante para assistir. Em comparação com a expressão, os membros dessa geração são mais dinâmicos, imediatistas, multifuncionais e inovadores, diferentemente das gerações antecessoras (SOUZA, 2011, p. 68).

A Geração Z refere-se àqueles que nasceram e cresceram durante a popularização da internet e o avanço das tecnologias digitais, desenvolvendo assim, características sociais específicas, como a execução de várias tarefas simultâneas com o auxílio de meios tecnológicos, velocidade na captação de conteúdos diversos e o fácil domínio de técnicas

⁶¹ Outros sinônimos para a Geração Y são: Geração MTV, *Millennials*, Geração Perdida, *Eco Boomers*, *New Boomers*, Geração Próxima, Geração Global.

⁶² Alguns autores nomeiam a geração pós-2010 enquanto Geração Alpha (α).

⁶³ Outros nomes para a Geração Z são: *Geração Zapping*, Geração Digital, Geração On-line, Geração Conectada, Geração Antenada, Geração Internet, Geração Silenciosa e Nativos Digitais.

e conhecimentos relacionados à cibercultura. São jovens em maior contato com a cultura midiática, estando “anteados” às tendências de moda e inovação tecnológica, que cuidam do corpo e da estética física, e que afirmam politicamente suas sexualidades com maior ênfase.

Os membros dessa geração, como argumenta Marc Prensky (2001, p. 15-16), são os falantes nativos da linguagem digital, diferente das demais gerações, tidos como “imigrantes digitais”, que ainda estão se adaptando ao novo mundo, e de certa forma, ainda concebem as tecnologias digitais como seres “estranhos”, exatamente pelo desconhecimento do seu funcionamento. Em contrapartida, os “Z” se consagram enquanto a primeira geração a nascer em um mundo totalmente digital, onde desde pequenos enxergam essas tecnologias como partes integrantes do ambiente social a qual estão inseridos, sendo a geração mais eletronicamente conectada da história (SOUZA, 2011, p. 69).

Para eles, o smartphone, por exemplo, não é visto como um mero objeto tecnológico, um bem supérfluo ou um artigo de luxo, mas como um elemento funcional para as interações cotidianas, um instrumento necessário para se comunicar com os outros, assim como uma ferramenta utilitária para se manter informado sobre o mundo, através da conexão à internet, diferentemente das gerações anteriores que ainda utilizam a TV, o rádio e o jornal impresso como meios convencionais de informação, e que, progressivamente, estão inserindo as tecnologias digitais no seu cotidiano.

A Geração Z nasceu em um período em que a globalização já estava consolidada, o que influenciou no modo em que eles concebem o seu território, interligando constantemente o local ao global, promovendo diretas trocas culturais, políticas e econômicas com diversos outros pontos no mundo. Os efeitos da globalização também influenciaram as relações de consumo: mostrando-se mais exigentes e inquietos, os “Z” desenharam, assim, um novo perfil de consumidor, que combina características da Geração Y, com as preocupações em relação à sustentabilidade e ao viés político do consumo, com novas formas e práticas de consumo, conectadas ao ciberespaço, como o e-commerce (comércio eletrônico), lojas virtuais, produtos inteiramente digitais, como os e-books, entre outros.

Nesta pesquisa, para além do recorte geracional em estudar apenas os usuários dos “aplicativos gays” que compõem a Geração Z no Recôncavo Baiano, em especial, foi adotado um recorte ainda maior, utilizando apenas os Z que nasceram na primeira década (1990-2000), estipulada na faixa etária que vai dos 18 anos, em conformidade com a idade

mínima legal estabelecida nos aplicativos de relacionamento estudados, até os 28 anos, marcando o fim da Geração Z em 2018⁶⁴. Em relação à distribuição dos usuários por idade⁶⁵, observa-se no gráfico abaixo os seguintes números:

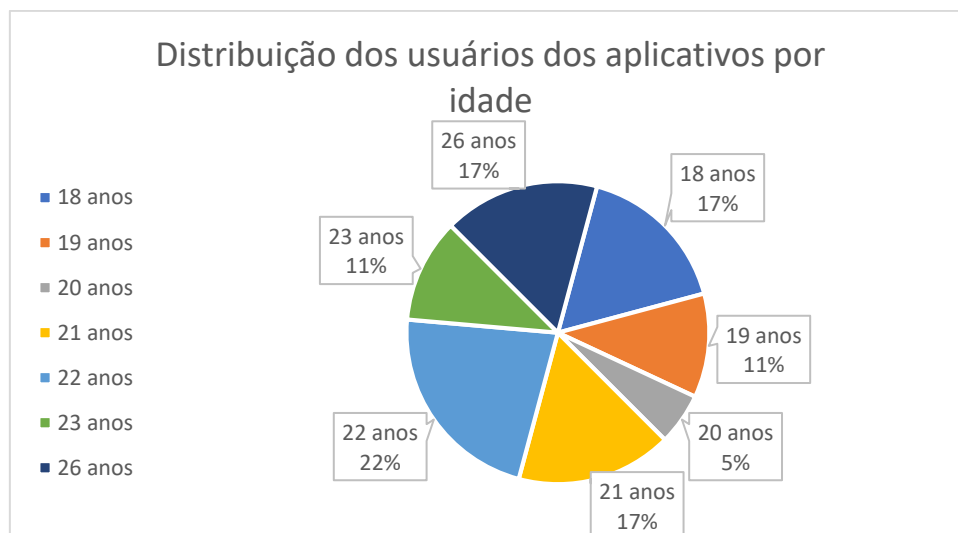


Gráfico 04: Número dos usuários dos aplicativos de relacionamento por idade.
Fonte: Elaboração própria a partir de informações apresentadas nas entrevistas.

De acordo com a pesquisa de campo, em relação à caracterização dos usuários, os dados obtidos foram: eles são, na sua maioria, homens gays solteiros; majoritariamente universitários, enquanto estudantes universitários das diversas instituições de ensino superior na região, ou então já possuem nível superior, enquanto recém-formados; vivem com os pais nas cidades do interior do Recôncavo Baiano ou estão longe dos pais, dividindo a casa com outros colegas de faculdade; estão no primeiro emprego ou ainda são sustentados pelos seus familiares, principalmente aqueles que apenas estudam e não exercem nenhuma atividade remunerada; tiveram suas primeiras experiências sexuais a partir do momento em que entraram na faculdade. Apenas um dos entrevistados, Jean, não se encontrava no status de “solteiro”, durante a realização desta pesquisa.

Em relação à busca por faixa etária, observou-se que há uma maior procura de homens “Z” por outros homens “Z”, contudo há também uma porcentagem elevada daqueles que buscam homens mais velhos, acima dos 28 até os 45 anos:

⁶⁴ A utilização da categoria sociológica Geração Z neste trabalho serve apenas a caracterização geral desse grupo, em conformidade com a justificativa do recorte etário adotado e com os interesses desta investigação em estudar os usuários mais jovens que consomem essas tecnologias digitais no Recôncavo Baiano, e as suas respectivas relações com a cibercultura, a cultura do consumo e as recentes transformações no campo afetivo.

⁶⁵ Não houveram usuários entrevistados nas respectivas idades: 24, 25, 27 e 28 anos.

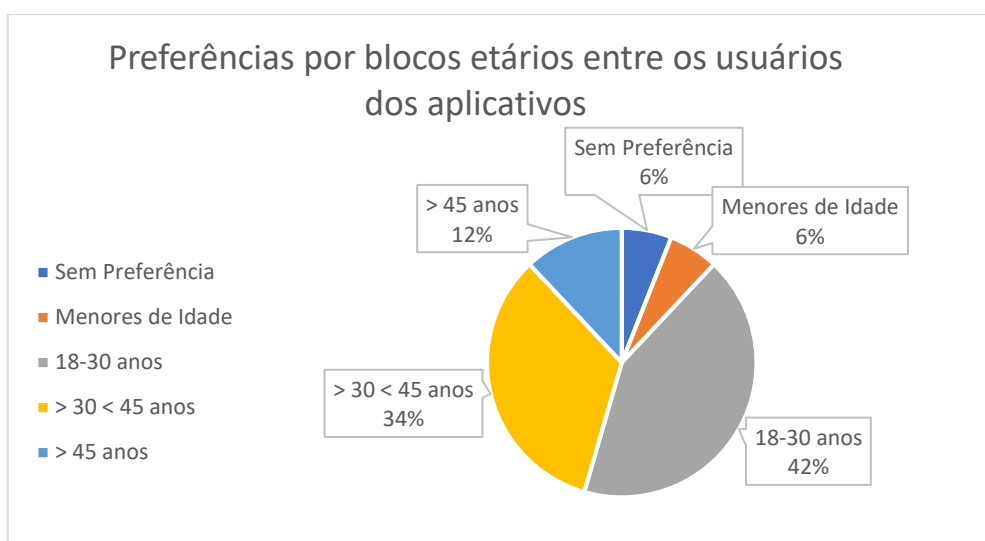


Gráfico 05: Preferências por blocos etários entre os usuários dos aplicativos.
 Fonte: Elaboração própria a partir de informações apresentadas nas entrevistas.

Nos aplicativos, os usuários informam a idade enquanto uma das primeiras etapas na construção dos perfis, se caracterizando como um dos principais elementos na escolha por parceiros afetivos no ambiente on-line. Nessas três mídias estudadas, a idade aparece de forma centralizada nos perfis, assim como a imagem que ilustra o usuário e o nome adotado para a autoidentificação. A idade, inclusive, pode ser reforçada através de nomes dos usuários, fazendo alusão à faixa etária ou à geração que pertence, como, por exemplo: “novinho”, “menino”, “garoto”, “jovem”, “maduro”, “coroa”, “tio”, “papai”, “twink”⁶⁶, “daddy”, “bebê”, “baby”, “boy”, entre outros. Os *usernames* também são reforçados através de outras categorias identitárias, ligadas a raça, gênero, sexualidade, corporalidades, etc. A idade também se manifesta enquanto um rigor de recusa/exclusão dos perfis, tanto daqueles mais novos, quanto dos mais velhos: “não curto menor de idade”, “não gosto de novinhos”, “🚫 bichas velhas”.

Os membros da Geração Z vivem em um período em que as questões de geração, gênero e sexualidade estão, cada vez mais, sobrepostas. O século XXI vem sendo marcado por transformações significativas nesses âmbitos, influenciando-os diretamente, como, por exemplo, na legalização do casamento entre pessoas do mesmo gênero,

⁶⁶ *Twink* (ou *twinkie*) é uma expressão de língua inglesa, utilizado na comunidade LGBT para se referir aos homens gays de aparência jovem, adolescentes/menores de idade e/ou adultos com aspecto juvenil. O termo tem associações diretas ao corpo, a raça e a sexualidade, visto que, por muitas vezes, o *twink* é lido como detentor de um corpo frágil, magro ou atlético, liso e sem pelos. Além disso, o *twink* é ilustrado, principalmente na pornografia, como um jovem branco, e, geralmente, sexualmente passivo e afeminado, tendo as nádegas/quadril como a parte do seu corpo mais valorizada.

diminuição das desigualdades entre os gêneros, problematização dos papéis atribuídos aos gêneros, bem como o próprio binarismo homem-mulher, além do movimento *queer* e as agendas políticas sobre gênero, raça e sexualidades. O conceito de geração vem sendo retomado nas ciências sociais de diversas formas. Para além da análise dos blocos etários dos séculos XX-XXI, os pesquisadores dessa temática também vêm debatendo o tema em torno das diferenças existentes no interior dessas gerações.

2.3 – “EU SOU CABRA MACHO!”: RELAÇÕES DE GÊNERO E CONSTRUÇÕES DE MASCULINIDADES

A feminista francesa Simone de Beauvoir (1967, p. 09) ganhou notoriedade entre os estudiosos de gênero, ao assinalar que na nossa cultura masculinista, não se nasce mulher, torna-se mulher. “Nenhum destino biológico, psíquico e econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade”. Pensando a partir dessas explicações, mas em contraposição, como então os homens se tornam homens?

A partir das suas análises, realizadas no primeiro volume de *O Segundo Sexo* (1970, p. 09), Beauvoir explica que o homem não se apresenta como um indivíduo de determinado sexo/gênero, pois pressupõe o entendimento coletivo do “ser homem” enquanto algo natural, universalmente generalizável. A figura masculina representou, e ainda representa, o positivo e o neutro na unidade social, a ponto de que o homem passa a ser sinônimo discursivo de “o ser humano”. A humanidade, assim, foi definida através dessa figura, sendo o próprio homem quem definia o que era o seu polo oposto/negativo, no caso, a mulher. O mundo, dessa forma, sempre pertenceu aos machos (BEAUVOIR, 1970, p. 81).

A partir desse cenário teórico, Donna Haraway (2004, p. 216) historiciza a elaboração, e posteriormente as diversas remodelações, do conceito de gênero, datando desde os movimentos oriundos da segunda onda da política feminista, centralizado em torno do debate sobre determinismos biológicos *versus* construcionismo social, promovendo assim as diferenças entre as categorias sexo e gênero no interior dos campos discursivos, por volta dos anos 50 e 60.

O termo gênero foi introduzido, inicialmente, pelo psicanalista norte-americano Robert Stoller, em 1963, a partir da teoria sobre a identidade de gênero, em uma tentativa de distinguir natureza de cultura (PISCITELLI, 2009, p. 123). Em seu artigo, Adriana Piscitelli (2009, p. 119) argumenta como o conceito de gênero, elaborado pelas

pensadoras feministas, veio desmontar o duplo procedimento de naturalização, mediante o qual as diferenças que se atribuíam aos homens e às mulheres eram tidas como inatas, derivadas de distinções naturais. A palavra “sexo”, assim, passaria a remeter à biologia, e às suas características próprias, enquanto o “gênero” surgia para se referir ao caráter sociocultural das distinções entre os sexos, em associação a uma rejeição ao determinismo biológico existente.

Complementando a discussão, Henrietta Moore (1997, p. 814), aborda como essa distinção entre sexo biológico e gênero mostrou ser absolutamente crucial para o desenvolvimento de uma análise feminista nas ciências sociais. A distinção possibilitou o debate entre as relações estabelecidas entre os gêneros, assim como a crítica aos significados simbólicos associados às categorias “homem” e “mulher”. A partir das reflexões desenvolvidas por Moore, e outras pesquisadoras do final do século XX, o gênero passou a se caracterizar enquanto uma categoria analítica, socialmente construída, afastando-se, assim, de concepções entendidas como fixas, naturais e predeterminadas⁶⁷.

De acordo com a historiadora norte-americana Joan Scott (1991, p. 21), o gênero é um elemento constitutivo das relações sociais, visto que toda relação social é, de certa forma, marcada através dele. A categoria analítica gênero, dessa forma, estaria tendo como base as diferenças socioculturais e políticas percebidas entre homens e mulheres, sendo compreendida enquanto uma das primeiras formas de dar significado às relações de poder entre os sujeitos, em um campo no interior do qual, ou por meio do qual, o poder é articulado e construído.

A filósofa pós-estruturalista Judith Butler (2003, p. 27-28) se apresenta enquanto uma das principais críticas à análise construtivista do gênero. Para ela, há um debate que se perde entre o livre arbítrio e determinismo social, assim como as possibilidades de agência e transformação social no interior dessa estrutura. Contudo, Butler compreende que as noções de gênero e as suas respectivas construções sociais, desenhadas pelo feminismo do final do século XX, pressupõem indicações sobre as possibilidades das configurações de gênero existentes dentro da nossa cultura.

Para Butler (2003, p. 162-163), inferindo a partir das leituras de Beauvoir, ninguém nasce com um gênero, sendo ele algo adquirido. Apesar de o indivíduo nascer

⁶⁷ Moore (1997, p. 816) aborda como a leitura que se faz do sexo biológico é também social, sustentando a ideia de que tanto o sexo, quanto o gênero, são socialmente construídos, um em relação ao outro. Corpos e processos psicológicos não teriam sentidos fora das suas compreensões socialmente construídas.

com um determinado sexo biológico, o gênero passa a ser visto como um atributo social analítico humano, uma marca de diferenciação linguística, discursiva e cultural, enquanto um significado assumido pelo e no corpo, que já este é diferenciado sexualmente. Esse significado existe apenas em relação aos demais significados presentes e/ou opostos, para a construção do gênero masculino, possuindo um gênero feminino linearmente construído. Nesse campo discursivo, o gênero também se torna uma característica relacional.

No início das elaborações teóricas feministas, o termo gênero era utilizado enquanto sinônimo de “mulheres”. Falar de gênero era o mesmo de falar sobre a história das mulheres, quando as análises críticas sobre o interior do gênero masculino eram totalmente apagadas, e quando apareciam eram somente para se contrapor ao debate sobre a construção social do feminino, de forma ilustrativa (SCOTT, 1991, p. 06). Butler (2003, p. 42) explica que, até então, o gênero só existia em uma leitura que fosse dada no feminino, porque imperava a visão do “masculino sem gênero”, visto que ser homem, na nossa sociedade, sempre foi sinônimo de ser a regra.

O sociólogo Michael Scott Kimmel (1998, p. 105), ao analisar o tratamento dado aos homens, como se eles não tivessem um gênero, infere que a masculinidade se estabelece enquanto uma construção social imersa em uma complexa rede de relações de poder, que, frequentemente, se apresenta como se fosse algo invisível aos homens e, também, para as mulheres. Os homens se encontram em uma ordem de gênero tida como a mais privilegiada, em relação àqueles que não gozam dos mesmos privilégios, no caso, as mulheres.

Para Elisabeth Badinter (1993, p. 04-05), por muito tempo as diferenças de identidade entre homens e mulheres pareciam inscritas na própria natureza, e a própria masculinidade pretendia ser vista como algo “evidente em si mesma”. Os homens eram criados para se ajustar, de alguma forma, a um ideal de masculinidade padrão, pautado, principalmente, na valorização da virilidade. Desde o surgimento do sistema patriarcal, os homens foram alocados na condição de seres privilegiados, dotados de “algo a mais que as mulheres”, vistos e entendidos como os “mais fortes”, “mais inteligentes”, “mais corajosos”, “mais responsáveis” e “racionais”.

Ao longo do século XX, a identidade masculina passou por uma profunda redefinição de sua condição e de seus pressupostos. De acordo com Badinter (1993, p. 06), a mudança veio, principalmente, após a segunda onda do feminismo, em conjunto com a Revolução Sexual nos anos 60, que desestabilizou as operações regulamentadas e

misturou os pontos de referência, colocando em xeque as distinções entre os papéis atribuídos aos gêneros. Com as diversas críticas, instauradas pelos estudiosos das relações de gênero, a condição masculina passou também a ser vista enquanto uma construção social, e não mais enquanto uma “benção da natureza”. A visão da identidade masculina, a partir desse momento, estava estruturada em torno de diversas operações culturais desenvolvidas ao longo da história, pautadas em inúmeras negações e negociações, através das relações estabelecidas em determinados contextos.

O conceito de “identidade de gênero”, como analisa Fernando Seffner (2003, p. 102), refere-se à identificação do indivíduo a partir dos atributos que culturalmente definiram o masculino e o feminino, revelando-se na expressão de modos de ser, jeitos de se vestir, gestos, atitudes, hábitos corporais, tonalidades de voz e posturas para andar, sentar, movimentar-se, etc. Dessa forma, foram construídas, ao longo da história ocidental, formas específicas de atuação padrão do gênero, enquanto “manuais de etiqueta” de como ser homem e ser mulher, apesar das possibilidades existentes de inovações e/ou desvios de diversas ordens.

Kimmel (1997, p. 49) considera a masculinidade enquanto um conjunto de significados, sempre em mudança, construído através das relações sociais e das relações de poder desenvolvidas entre os gêneros. As masculinidades seriam, assim, configurações de práticas, que são realizadas na ação social e, dessa forma, podem diferenciar-se de acordo com as relações de gênero estabelecidas, em um cenário social particular (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 250). Sendo o gênero algo relacional, os padrões de masculinidade são socialmente definidos, em oposição a algum modelo (quer real ou imaginário) da feminilidade. Contudo, apesar de que embora as noções de “macho” e “fêmea” possam ter características tidas como “universais”, ninguém pode compreendê-las sem as devidas referências contextuais (BADINTER, 1993, p. 10).

O homem, nas palavras de Badinter (1993, p. 53-55), passa a ser digno deste nome quando corta as pontes que o ligam ao feminino. Essas pontes, inicialmente, são representadas através dos laços maternos, e é nessa primeira fase da infância que o masculino já é desenvolvido. Para a historiadora, o trânsito do menino para o adulto masculino é uma operação cultural especialmente problemática, construída sobre diversas negações, mutilando todos os aspectos femininos possíveis. O homem cresce com tão pouca confiança na sua identidade de gênero, visto que o tempo todo são lhe exigidas provas de sua masculinidade/virilidade, na famosa frase “prove que você é um homem!” (op. cit., 1993, p. 04). “Ser homem”, portanto, significa investir em um longo e contínuo

processo de “não se fazer mulher” e de não se confundir com as formas marginalizadas ou subalternas de masculinidades (ZAGO, 2009, p. 143).

Ainda sob os referenciais de Kimmel (1997, p. 51), compreendo a masculinidade, na sua forma hegemônica⁶⁸, como sendo essa imagem do homem no poder, com poder e de poder. Em suas leituras, trata-se de um homem visto socialmente como “forte”, “capaz”, “confiável” e “no controle”, diferentemente dos outros tipos de homens e de todas as mulheres. Esse poder encontra-se circunscrito nas próprias definições de virilidade, desenvolvidas na cultura ocidental e perpetuada entre os gêneros. Para Connell e Messerschmidt:

A masculinidade hegemônica se distingue de outras masculinidades, especialmente das masculinidades subordinadas. A masculinidade hegemônica não se assumiu normal num sentido estatístico; apenas uma minoria dos homens talvez a adote. Mas certamente ela é normativa. Ela incorpora a forma mais honrada de ser um homem, ela exige que todos os outros homens se posicionem em relação a ela e legitima ideologicamente a subordinação global das mulheres aos homens (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245).

A masculinidade hegemônica passa a ser entendida enquanto um padrão de práticas, de coisas feitas, e não apenas uma série de expectativas de papéis ou uma mera “identidade”. As práticas foram os meios que possibilitaram a dominação de alguns homens sobre as mulheres e sobre os demais homens, de forma contínua. No desenvolvimento do conceito de masculinidade hegemônica, divisões foram realizadas entre os homens, especialmente na exclusão, marginalização e subordinação daqueles que divergiam dos padrões hegemônicos estabelecidos de virilidade/masculinidade, como, por exemplo, os homens homossexuais e os homens negros (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245-251).

Em seu trabalho sobre *a dominação masculina*, Pierre Bourdieu (2002a) explica como há um esforço, em muitos casos através de uma violência propriamente dita, dos homens em alcançar o ideal de masculinidade, e, assim, atingir as expectativas exigidas de ser um “homem de verdade”, um “Homem com H”. Para o sociólogo, a tarefa é árdua e, de certa forma, inalcançável, e dessa forma, conseqüentemente, os homens estão fadados ao sofrimento por não conseguir realizá-la de forma plena. Atualmente, muitos estudiosos do tema nomeiam essa construção enquanto uma “masculinidade tóxica”, uma

⁶⁸ A masculinidade hegemônica também pode ser entendida enquanto “masculinidade padrão”, “masculinidade convencional” e “masculinidade tradicional”. Essa última faz alusão à representação do homem perante a construção da família tradicional-patriarcal (o homem heterossexual, casado e pai de família).

aspiração que envenena a mente dos homens na busca de atingir os ideais da masculinidade padrão, sendo responsável por orientar as violências de gênero, de ordem física e simbólica, principalmente acometendo as mulheres, ao passo que causa adoecimento daqueles homens que fracassam no percurso em alcançar esse ideal viril.

Para Kimmel (1997, p. 49-50), a virilidade é um arcabouço cultural, histórico e socialmente construído, por meio de técnicas, práticas e comportamentos que capacitam tais indivíduos enquanto verdadeiramente masculinos. Não se trata de uma manifestação advinda de uma essência interior, nem de uma consciência elevada de componentes biológicos, mas como uma capacidade reprodutiva, sexual e social, desenvolvida através do exercício da violência, não apenas física, mas também simbólica. A virilidade, assim, se torna um elemento eminentemente relacional, construída pelos homens, para outros homens e contra a feminilidade (BOURDIEU, 2002a, p. 64).

Nos aplicativos de relacionamento analisados, a virilidade torna-se um dos elementos de hierarquização, valorização e diferenciação entre os usuários. A busca por parceiros, desde os amorosos até os sexuais, é perpassada por valores referentes à masculinidade hegemônica, em que o homem desejado e desejável é aquele que se apresenta como “mais viril possível”, o “mais másculo”, o “mais macho”, o verdadeiro “homão”. Em seus perfis, os usuários procuram reforçar com os padrões instituídos de masculinidade convencional, além da busca incessante por homens que represente tais ideais. O padrão estabelecido é de que o “homem de verdade” é aquele que apresenta por meio dessas características, mesmo se tratando de homens com sexualidade homo-orientada, apesar da visão do senso comum em querer afastar tais elementos dos homens homossexuais, resguardando-os enquanto constitutivos dos homens que correspondem à norma heterossexual.

Nos aplicativos, a apresentação da identidade de gênero ocorre de diversas formas. Inicialmente, pela exibição de marcadores a partir do gênero, a qual o usuário se identifica com determinada classificação, como o uso de pronomes de tratamento no Grindr (ele/dele) e a opção de inserção referente à identidade de gênero⁶⁹ (homem, homem cis e homem trans)⁷⁰. Nesta pesquisa, todos os usuários entrevistados se

⁶⁹ O Grindr, por exemplo, oferece uma central de atendimento para maiores informações sobre identidade de gênero dos seus usuários.

⁷⁰ Apesar da existência de outros grupos de gêneros nos aplicativos de relacionamento, ao redor do mundo, e principalmente no Brasil, como, por exemplo, mulheres e homens trans, travestis, entre outros, esta pesquisa não identificou nenhum usuário que apresentasse por meio desses perfis no território do Recôncavo Baiano, durante os períodos de observação.

apresentaram como homens cisgêneros, visto que a identificação, em alguns apps, se classificava como uma das primeiras etapas a serem realizadas na construção dos perfis. Durante a realização das entrevistas, ao perguntar a Caio sobre seu gênero, ele, prontamente, respondeu: “Sou bem macho! Eu sou cabra macho!”. Para ele, a sexualidade poderia talvez inferir como se fosse uma “falta de virilidade”, ou em uma provável “feminilização” da homossexualidade. Era importante para Caio reafirmar que era um homem (ou elevar seu gênero ao quadrado), para não transparecer o contrário.

Depois da inserção do gênero, os usuários podem acionar uma série de outros meios para reforçar as suas identidades generificadas, geralmente, através dos paradigmas do gênero masculino: nomes dos usuários escritos no masculino, em termos tidos como viris e másculos; uso de imagens para ilustrar o perfil, construídas em torno dos padrões de masculinidade, através de uso de roupas, acessórios, posturas e marcas corporais como pelos, tatuagens, cicatrizes, cortes de cabelo, entre outros; o uso de linguagem “máscula e ativa” na descrição e nas interações, através de palavras com sons viris, palavrões, termos sexuais do erótico masculino, gírias do universo masculino-heterossexual, exclusão e/ou ocultação de traços femininos, etc.

Uma das principais formas de apresentação das identidades de gênero nos aplicativos encontra-se através dos usernames/*nicknames*. O uso de nomes ou apelidos para a autoidentificação nos aplicativos tende a reforçar os significados simbólicos do que é “ser homem” e dos papéis comuns atribuídos ao gênero masculino, através de nomes que acendem valores relacionados à masculinidade hegemônica, virilidade e poder sexual, como por exemplo: “homem”, “boy”, “macho”, “brother”, “tio”, “papai”, “man”, “cara”, “garoto”, “rapaz”, “pivete”, entre outros.

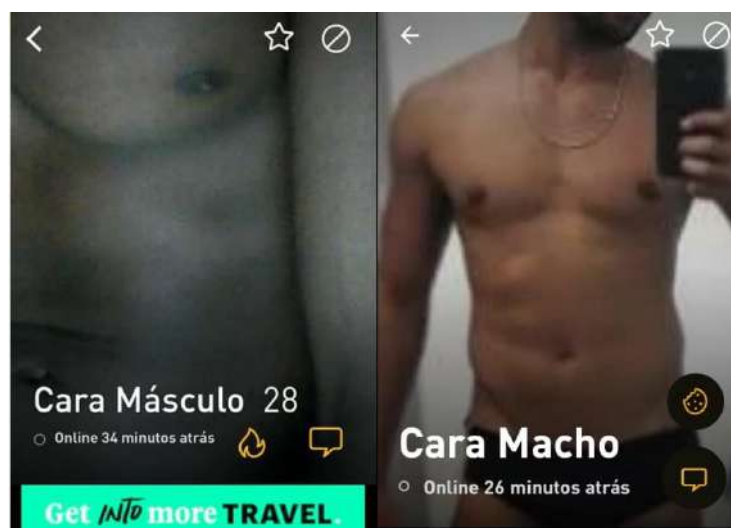


Figura 20: Perfis de usuários do aplicativo Grindr, geolocalizados no Recôncavo Baiano.
Fonte: App Grindr.

Há também o uso de nomes de animais que fazem alusão à virilidade, beleza, potência sexual, dimensões corpóreas extravagantes e até em relação à performance sexualmente ativa, como, por exemplo: “cavalo”, “touro”, “bezerro”, “cachorro”, “gato”, “jegue”, “jumento”, “cobra”, etc. Esses mesmos usernames também são utilizados em associações com outros elementos identitários, ligados a raça, sexualidade, preferências sexuais, corporalidades e outros⁷¹.

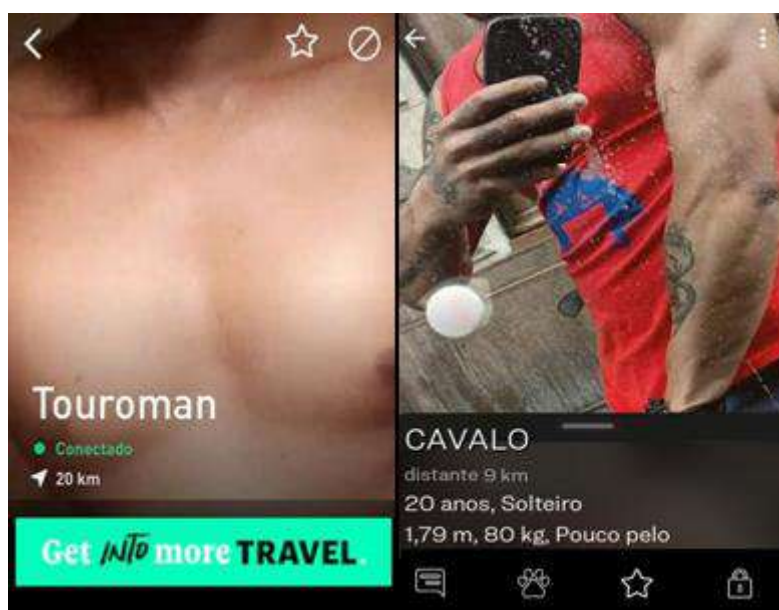


Figura 21: Perfis de usuários dos aplicativos Grindr (à esquerda) e Scruff (à esquerda), geolocalizados no Recôncavo Baiano.
Fonte: App Grindr.

2.4 – HOMO SEXUALIS: SEXUALIDADES E PERFORMANCES SEXUAIS

Assim como o gênero, a sexualidade humana não é um mero dado da natureza, e sim um construto social, orientado a partir do contexto cultural em que se está inserido. Para além de características psicológicas e fisiológicas, a sexualidade também pode ser entendida enquanto uma esfera específica do comportamento social, que compreende atos

⁷¹ Optei por usar somente a imagem de perfis “despersonalizados”, sem figurar seus rostos ou por meio de outros elementos que possam identificá-los, a fim de preservar suas identidades. Todas as imagens utilizadas foram obtidas por meio dos processos de observação nos aplicativos.

relacionados e significados que são culturalmente distintos, enquanto socialmente regulados e relativamente desiguais (BOZON, 2004, p. 14).

Jeffrey Weeks (2000, p. 53) define o termo “sexualidade” como uma descrição geral para uma série de crenças, linguagens, símbolos, representações, comportamentos, relações e identidades socialmente construídas e que foram historicamente modeladas. Complementa-se a ideia de Fernando Seffner (2003, p. 102), que interpreta a sexualidade enquanto um modo pelo qual os indivíduos organizam e valorizam as questões relacionadas à satisfação dos desejos e dos prazeres sexuais.

O cânone Michel Foucault, no primeiro volume de *A História da Sexualidade* (2012, p. 116-117), promove uma desnaturalização das categorias sexuais e de gênero, através de elaborações críticas sobre como a sociedade produz a sexualidade moderna, enquanto um dispositivo histórico de poder – um conjunto heterogêneo de discursos e práticas sociais. Além disso, Foucault também desenvolveu uma análise sobre como a homossexualidade se instituiu na qualidade de uma norma social, oriunda de políticas de controle das populações e de regulações reprodutivas, em um processo histórico datado desde o século XVIII.

A noção de “sexo” permitiu agrupar, de acordo com uma unidade artificial, elementos anatômicos, funções biológicas, condutas, sensações e prazeres, e permitiu fazer funcionar esta fictícia unidade como princípio causal, sentido onipresente, segredo a descobrir em toda parte: o sexo pôde, portanto, funcionar como significante único e como significado universal (FOUCAULT, 2012, p. 144-145).

Para Weeks (1986, p. 45), o gênero, entendido como a condição social pela qual somos identificados sexualmente, e a sexualidade, a forma cultural pela qual vivemos nossos desejos e prazeres corporais, tornaram-se construções identitárias sumariamente complementares, enquanto campos específicos que desenvolveram uma relação interseccional. O estudo de uma área depende de forma complementar da outra. Contudo, a análise da sexualidade nas ciências sociais esteve, em sua maior parte, atrelada apenas ao campo reprodutivo e das relações heterossexuais, enquanto partes integrantes dos estudos da ordem social.

Após a Revolução Sexual, o caráter reprodutivo-heterossexual passou a ocupar um espaço reduzido na análise da sexualidade contemporânea, ao passo que houve uma maior visibilidade das sexualidades que desviavam do padrão heteronormativo (BOZON, 2004, p. 23). Para a antropóloga Carole Vance (1995, p. 19-20), que compreendia o

gênero e a sexualidade enquanto categorias inextricavelmente unidas, o sexo reprodutivo-heterossexual era visto enquanto o “feijão com arroz” dos estudos sobre o campo sexual, enquanto as outras formas de sexualidade e práticas sexuais sem fins reprodutivos seriam vistos como os tira-gostos, os legumes e as sobremesas desse universo.

Nesse campo de discussão, Fernando Seffner (2003, p. 102) aborda como a sociedade ocidental se estabeleceu através da norma da sexualidade heterossexual/reprodutiva, se apresentando, efetivamente, enquanto uma “sociedade heterossexual”, reservando a esta orientação a maioria dos privilégios sociais. O status “normalizante” da heterossexualidade, inclusive, a eliminou, e de certa forma ainda a elimina, do debate sobre sexualidades, visto que ela não é concebida enquanto uma orientação sexual, para o senso comum conservador.

A heterossexualidade, assim, se consagra como a terceira prova da masculinidade hegemônica, depois da dissociação da figura materna e da distinção radical em relação ao feminino. Um “homem de verdade” deve provar que não é homossexual, de forma insistente e constante, para que, deste modo, ele possa ser reconhecido como heterossexual (*presumidamente heterossexual*), e assim, portanto, ele não seria aquele que deseja outros homens e nem quer ser desejado por eles. A sociedade ocidental reforça o ideal de que ser “homem de verdade” é equivalente àquele que sente atração/desejo pelo “sexo oposto”: a mulher (BADINTER, 1993, p. 99).

Adrienne Rich (2010, p. 19-20), através do conceito de “heterossexualidade compulsória”, explicou como a heterossexualidade, enquanto uma instituição sociocultural e política, retira o poder de orientação sexual dos sujeitos, principalmente das mulheres, apagando a existência de outras formas de sexualidade possíveis, através dos modos de agir e pensar, dos valores socioculturais, das relações sociais e de poder que definem a heterossexualidade enquanto a única sexualidade válida e executável. Desta forma, todos os indivíduos passam a ser vistos enquanto *presumidamente* heterossexuais.

Nessa realidade, o homossexual é concebido como um desvio da regra, e assim, passa a carregar consigo o estigma de “não ser um homem por completo”, sendo interpretado socialmente como “menos homem”, um “homem de menor qualidade”, um “traidor da causa masculina”, quando, por vezes, não é nem visto como tal, como se pertencesse a outro gênero: “Você não é um homem, é um *viado!*”. Ao longo do tempo, ser homem consistia em investir em signos que fossem entendidos enquanto

suficientemente viris e masculinizantes, afastando-o, assim, do estigma de ser “entendido” como uma mulher e/ou como um homossexual.

De acordo com Elisabeth Badinter (1993, p. 131), na linguagem comum, perdurou a ideia do homossexual como aquele que era visto e reconhecido como sexualmente passivo, enquanto um homem “frágil”, “não-viril”, “mole” e “afeminado”. Era aquele tratado como uma espécie de ser híbrido, nos quais os atributos anatômicos masculinos se misturavam às características idealizadas do gênero feminino, enquanto “homens de alma feminina” (CARRARA; SIMÕES, 2007, p. 70). Essa era a concepção generalizada sobre quem era o “homossexual de verdade”, cabendo ao “homem de verdade” agrupar todas as qualidades opostas. Logo, por não ser um heterossexual, o homossexual não era um homem, apenas era um *homossexual*. É nesse cenário que o homossexual também passa a ser retratado enquanto um “homem mutilado”, comparado ao homem impotente e ao eunuco, figuras que não possuem serventia no mundo sexual-heterossexual-reprodutivo.

Antigamente, termos como o “sodomita” eram utilizados para se referir aos homossexuais. A sodomia, contudo, era uma categoria “vale-tudo”, que compreendia práticas e contatos sexuais de diversas ordens – não necessariamente anais – entre homens, como também entre homens e animais, e até os contatos entre homens e mulheres, sem fins reprodutivos (BADINTER, 1993, p. 100). De acordo com Foucault, a sodomia era tratada como pecado grave, assim como o estupro (nesse caso, apenas aqueles que aconteciam fora do casamento), o adultério e o incesto (FOUCAULT, 2012, p. 43).

No século XIX, o sodomita dá lugar à figura do homossexual, enquanto uma identidade específica. O homossexual (também visto como um “invertido de gênero”) passa a ser aquele que sentia atração/desejo por alguém do mesmo sexo biológico. A identidade, contudo, estava atrelada, desde o princípio, à visão de uma doença psíquica e física e/ou desvio de conduta moral e social (BADINTER, 1993, p. 102). Progressivamente, a “condição sexual” se desarticulou do gênero, e os homens que mantinham relações sexuais com outros homens passaram a ser considerados como homossexuais (ou gays), independentemente da posição sexual adotada: ativo ou passivo (CARRARA; SIMÕES, 2007, p. 70).

Apesar das práticas homossexuais existirem em toda parte, e desde sempre, a homossexualidade enquanto identidade, tal como conhecemos, é, portanto, uma produção da classificação sexual e da estratificação social moderna, na qual os sujeitos que desejam

ou se relacionam afetivamente com pessoas do mesmo gênero passam a se identificar e serem identificados, de forma sociocultural e política, por meio de tais características. No século XX, a heterossexualidade se consagra enquanto um conceito para caracterizar uma visão normalidade sexual, definindo-a, exclusivamente, enquanto a sexualidade tida como a normal, e estereotipando as demais enquanto “anormais” (BADINTER, 1993, p. 103-105).

No final dos anos 60, apoiado pelo movimento feminista, o movimento homossexual saiu às ruas para protestar pela despatologização da homossexualidade, pleiteando uma visão da homossexualidade enquanto identidade possível e uma forma de sexualidade saudável e normal, assim como apenas a heterossexualidade era caracterizada. Nesse período, a sexualidade homossexual ainda era vista enquanto “homossexualismo”, tanto pelo rigor médico-psicológico, quanto pelo senso comum, perdurando até os anos 90, quando, finalmente, a Organização Mundial de Saúde (OMS) a retirou da lista de doenças mentais.

Nas academias anglo-saxônicas, os teóricos dos *Gay's Studies* – os estudos sobre homossexualidades –, realizavam pesquisas sobre a história, as práticas e os aspectos sociais da homossexualidade, a fim de desmistificar o imaginário sobre a população gay. Em seus trabalhos, eles começaram a tratar os homossexuais enquanto *homens*, tanto quanto os heterossexuais, definindo todos em um sistema de gênero igualitário: distintos apenas em relação à sexualidade, mas pertencentes ao mesmo gênero (BADINTER, 1993, p. 115). Já no Brasil, esses estudos foram abordados, sobretudo, no interior dos departamentos de ciências sociais das universidades públicas, com reflexões mais positivas acerca da construção social dos significados atribuídos a homossexualidade, em divergência com a visão higienista remanescente das teses médicas sobre a homossexualidade elaboradas desde o século XIX.

Ainda na década de 60, se popularizou, também, a categoria “entendido” para classificar os sujeitos de sexualidades homo-orientadas. O movimento homossexual brasileiro iniciava, assim, um processo de reformulação da visão sobre os homossexuais, influenciado principalmente pelos estudos sexuais norte-americanos e a criação da terminologia *gay*.

A peculiaridade dos primeiros grupos do movimento homossexual é que resolveu rejeitar tanto “entendido” como *gay*, preferindo ficar com o velho termo “bicha”. Propondo uma nova “bicha”, militante e consciente, a ideia era de conseguir esvaziar, tanto a palavra quanto o conceito que representava de suas conotações negativas (FRY; MACRAE, 1985, p. 24-25).

No final do século XX, a noção de orientação sexual veio se apresentando enquanto um conceito que tinha por intuito desconstruir os vigentes essencialismos da identidade homossexual (BADINTER, 1993, p. 115). O conceito complementa-se as teorias desenvolvidas por Jeffrey Weeks, Michael Kimmel e outros importantes nomes da teoria sexual contemporânea, onde a homossexualidade tornava-se algo plural (homossexualidades), reiterando as múltiplas formas existentes dessa sexualidade, agenciadas por esses indivíduos.

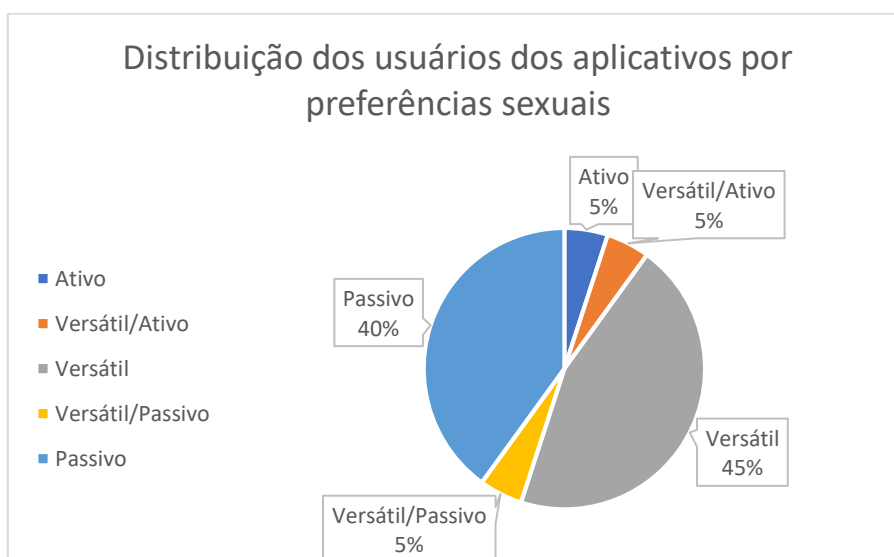
Contudo, a estruturação histórica da hierarquia de gênero se articulou em torno da oposição binária entre masculinidade/atividade sexual *versus* feminilidade/passividade sexual, englobando de forma sistemática todas as identidades sexuais. A categoria “homem”, nesse caso, estaria abarcando todos os indivíduos do sexo masculino que, supostamente, mantivessem posições “ativas” em relações sexuais, com mulheres ou homens, indiferentemente. A homossexualidade desempenhada na sua forma ativa (aquele que penetra o corpo do outro) ainda se institui como uma forma de demonstração e afirmação do poder viril masculino. Já sob sua forma “passiva”, a homossexualidade, ao contrário, pode se configurar em um símbolo de decadência da hegemonia masculina. Ninguém pensa, por exemplo, em zombar daquele que executa o papel ativo, enquanto aquele que atua como passivo ainda se encontra passível de sofrer os piores insultos, principalmente ao somar isso com a performance afeminada (BADINTER, 1993, p. 118).

Peter Fry e Edward MacRae (1985, p. 43), na literatura clássica da homossexualidade brasileira, já abordava como o homem que desempenhava o “papel” que se espera do masculino, atuando através da figura sexualmente ativa em uma relação homossexual, era chamado de “machão” ou “bofe”, visto como “aquele que come os viados”. Com o passar do tempo, a díade “bicha/bofe” perdeu lugar para uma nova busca por parceiros sexuais, valorizando uma postura mais igualitária em relação à organização dos papéis sexuais, abarcando formas menos fixas de expressão dos desejos e dos prazeres. Contudo, apesar das linhas estarem borradas na contemporaneidade, o estigma ainda permanece reservado àqueles que adotam o comportamento “passivo e afeminado”, sendo identificados enquanto “bichas”, “viados”, “boiolas”, “baitolas”, “mariconas”, “frutinhas”, “bonecas”, “afetadas”, “frescos”, “androides”, “bambis”, “bicha louca”, “bicha pão com ovo”, “pocs”, “meninas”, “mulherzinhas”, “fêmeas”, “manas”, “monas”, e quase nunca como “homens” na primeira instância. Observa-se que a maioria das

nomenclaturas repousa na ordem do feminino, enquanto conceitualmente afastadas da ideia de masculinidade/virilidade.

Ao entrevistar os homens do Recôncavo Baiano que consomem os aplicativos de relacionamento, dezessete se apresentaram enquanto homossexuais e três usuários como bissexuais⁷². Apesar desta pesquisa tratar com uma maior centralidade a identidade e as relações de consumo e afeto dos sujeitos homossexuais, a presença dos rapazes bissexuais nos aplicativos reforça o deslocamento da horizontalidade entre práticas sexuais entre pessoas do mesmo gênero (desejo homo-orientado) a uma única orientação identitária, como se a homossexualidade fosse a única direção possível. A presença dos bissexuais nos aplicativos serve para ilustrar a variabilidade entre as identidades assumidas pelos usuários, as inúmeras negociações homoeróticas e as diversas práticas afetivas de caráter homo-orientado, viabilizadas por meio das mídias digitais. Além disso, para além da orientação sexual dos entrevistados, esta pesquisa também procurou investigar sobre as preferências sexuais dos usuários dos aplicativos: apresentação e critérios utilizados nas buscas.

Os maiores resultados em relação à identificação/apresentação das preferências sexuais dos entrevistados (também lidas como posições/performances sexuais) foram daqueles que se identificam enquanto “versáteis” (nove usuários) e “passivos” (oito usuários). Em relação a essas preferências sexuais, adotadas pelos usuários, a distribuição dos vinte usuários entrevistados se apresenta da seguinte forma:



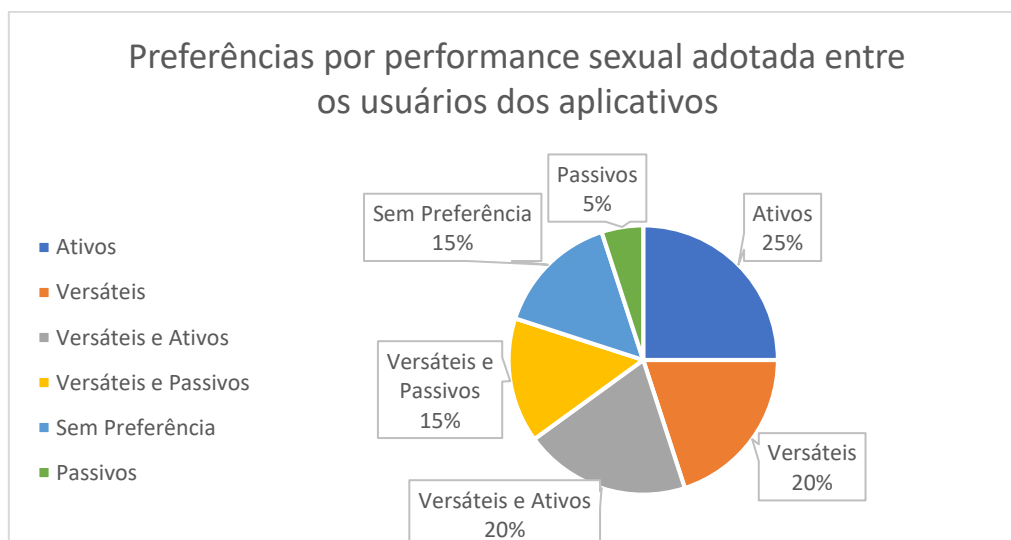
⁷² Em relação ao tema da bissexualidade masculina no Brasil destaco a tese de Fernando Seffner, intitulada *Derivas da masculinidade: representação, identidade e diferença no âmbito da masculinidade bissexual* (2003).

Gráfico 06: Distribuição dos usuários dos aplicativos por preferências sexuais adotadas.
Fonte: Elaboração própria a partir de informações apresentadas nas entrevistas.

Todos os usuários entrevistados afirmaram possuir alguma preferência sexual. Contudo, a partir da identificação de uma performance sexual, adotada por meio das práticas sexuais, diferentes correspondências poderiam surgir, fugindo do que convencionalmente se espera, por exemplo: os homens ativos que preferem se relacionar apenas com outros homens que também se identificam enquanto ativos, a fim de estabelecer práticas sexuais diversas, para além do sexo penetrativo, a exemplo da *gouinagem*. Em relação a esse aspecto, se observa as preferências de Micael:

Eu só não gosto de penetrar. Fora isso, gosto de tudo (...) Fico com passivos também. Passivos também se pegam né? Nem tudo é penetração (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

No quadro abaixo, há os critérios acionados por todos os usuários entrevistados, através da identificação dos sujeitos por meio das preferências sexuais elencadas. Observa-se que há uma predominância daqueles que buscam por homens ativos e/ou versáteis, além de um interesse elevado pelas diversas apresentações da versatilidade e um baixo número daqueles interessados em homens que são exclusivamente passivos⁷³.



⁷³ Em relação ao quadro, também foi possível notar que: a versatilidade intersecciona outros quadros de homossexualidades (ativos que são versáteis, passivos que são versáteis); a baixa procura por passivos, ilustrada em apenas 20% dos entrevistados que acionaram a categoria, sendo a grande maioria através da soma com a categoria versátil (Versáteis e Passivos); e, por fim, a categoria “Sem Preferência”, que pode abrigar todas as demais opções, também sendo comumente lida enquanto uma preferência por homens que são sexualmente versáteis.

Gráfico 07: Preferências por performances sexuais adotadas entre os usuários dos aplicativos.
Fonte: Elaboração própria a partir de informações apresentadas nas entrevistas.

Em relação à apresentação da sexualidade nos aplicativos, a abordagem ocorre das seguintes formas: primeiramente, através do ato de elencar caracteres ligados as identidades sexuais/orientações sexuais como, por exemplo, o uso de *usernames/nicknames*: “viado”, “bicha”, “poc”, “gay”, “homo”, “bi”, “bissex”, “hétero”, “assexuado”, “sem rótulos”, entre outros. Da mesma forma, a busca através da sexualidade pode se estabelecer desde a procura por usuários por meio de algum desses *usernames* ou, então, pelos demais marcadores identitários ligados à sexualidade e/ou às práticas sexuais específicas.

Assim como a orientação sexual, a apresentação nos aplicativos também pode se estabelecer através da ilustração das performances sexuais nos perfis dos usuários, ou também lidas como “Preferências Sexuais”, como é o caso do Scruff, a partir de categorias sexuais como “ativo”, “versátil” e “passivo”, ou por práticas sexuais específicas como “sexo oral”, “sem sexo”, “gouine” e/ou “práticas fetichistas”; também nas “Posições Sexuais” do Grindr e do Hornet (“ativo”, “passivo”, “versátil”, “versátil + passivo” e “versátil + passivo”).

Os usuários também podem utilizar *nicknames* que acionam tais representações como, por exemplo: “ativo”, “atv”, “passivo”, “pass”, “versátil”, “vers”, “versátil/ativo”, “versátil/passivo”, “flex”, ou por meio de nomes de usuários que reforçam o interesse por práticas sexuais específicas como masturbação (“punheta”), *gouinage* (sexo sem penetração), práticas sadomasoquistas/fetichistas, “apenas sexo oral”, “apenas sexo virtual”, entre outros, que de certa forma, borram os limites convencionais do binômio sexual ativo/passivo.

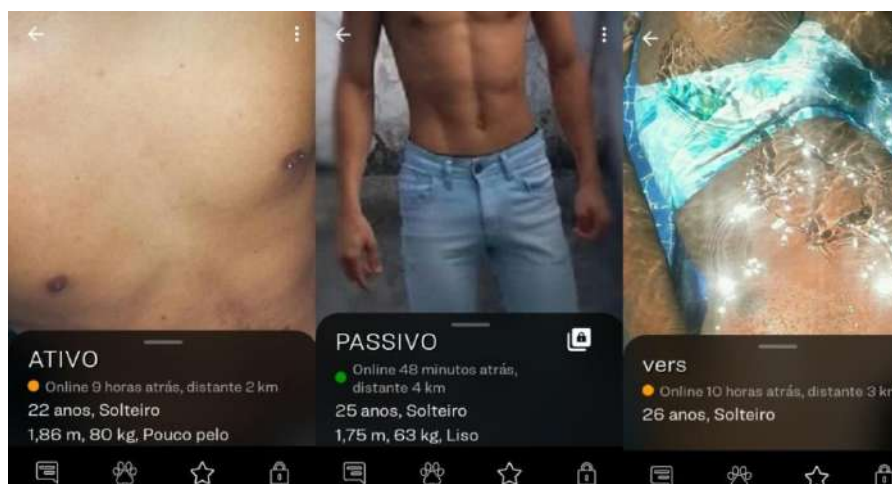


Figura 22: Perfis de usuários do aplicativo Scruff, geolocalizados no Recôncavo Baiano.
Fonte: App Scruff.

2.5 – “QUESTÃO DE GOSTO”: RELAÇÕES RACIAIS NOS APPS

O conceito de raça passou por diversas formulações ao longo dos séculos. No latim medieval, o conceito passou a designar a descendência/linhagem, ou seja, um grupo de pessoas que tinha um ancestral em comum, possuindo, dessa forma, características físicas semelhantes. No século XVII, o termo, no seu sentido moderno, passou a classificar a diversidade humana em grupos fisicamente contrastados. Já no século XVIII, a cor da pele, medida através concentração perceptiva de melanina, foi elevada enquanto um critério objetivo fundamental para diferenciar os grupos humanos, estipulada em três terminologias ideais/puras: brancos, negros e amarelos. No século XIX, foram acrescentados outros critérios morfológicos para a classificação racial como o formato do nariz, dos lábios, entre outros (MUNANGA, 2004b, p. 15-16).

Todos esses referenciais foram revisados, ao longo dos tempos, para caracterizar a concepção contemporânea de raça. Segundo Stuart Hall (2006, p. 63), a raça é uma categoria sociocultural e discursiva que atua sobre os fatores biológicos. Em particular, no contexto brasileiro a identidade racial é definida por referência a um *continuum* de “cor”⁷⁴, isto é, através do uso de um princípio flexível e difuso, que leva em conta, principalmente, os traços físicos correlacionados, como a cor da pele, a textura dos cabelos e a forma dos lábios e dos narizes (BOURDIEU; WACQUANT, 2002, p. 20). Ainda, de acordo com Neusa Santos Souza em sua obra *Torna-se Negro* (1983), a raça no contexto brasileiro se define da seguinte forma:

Nas sociedades de classe multirraciais e racistas como o Brasil, a raça exerce funções simbólicas (valorativas e estratificadoras). A categoria racial possibilita a distribuição dos indivíduos em diferentes posições nas estruturas de classe, conforme pertençam ou estejam mais próximas dos padrões raciais da classe/raça dominante (SOUZA, 1983, p. 20).

⁷⁴ Em relação a esse *continuum* de cor, tornou-se popular, principalmente no Brasil, o uso do termo “colorismo”, para se referir à extensa variedade que compreende a negritude, englobando diferentes tonalidades de pele, diferentes tipos de cabelos (entre crespos e cacheados), entre outros. O termo inicialmente foi proposto pela escritora norte-americana Alice Walker no ensaio *If the present looks like the past, what does the future look like?* presente no livro *In search of our mother's garden* (1982). As análises mais recentes sobre o tema no país expõem o fato de que quanto mais retinta for a pessoa, maior será a exclusão social, o preconceito e a discriminação que ela irá sofrer, devido ao fato de que o racismo brasileiro está assentado em uma estrutura pautada no “preconceito de marca” (NOGUEIRA, 2006).

Nas análises de Nilma Lino Gomes (2005, p. 43), a identidade negra no Brasil se classifica como uma construção socio-histórica, cultural e política, em uma sociedade racista e excludente, que ensina ao negro, desde muito cedo, que para ser aceito é preciso *negar-se a si mesmo*.

O uso do termo “raça”, para se referir, por excelência, à comunidade negra brasileira e as relações raciais existentes entre brancos e negros, sempre produziu uma longa discussão no campo das ciências sociais, de um modo geral, e na vida cotidiana do povo brasileiro, em específico.

O Movimento Negro e alguns sociólogos, quando usam o termo raça, não o fazem alicerçados na ideia de raças superiores e inferiores, como originalmente era usada no século XIX. Pelo contrário, usam-no com uma nova interpretação, que se baseia na dimensão social e política do referido termo. E, ainda, usam-no porque a discriminação racial e o racismo existentes na sociedade brasileira se dão não apenas devido aos aspectos culturais dos representantes de diversos grupos étnico-raciais, mas também devido à relação que se faz na nossa sociedade entre esses e os aspectos físicos observáveis na estética corporal dos pertencentes às mesmas (GOMES, 2005, p. 45).

O antropólogo Kabengele Munanga (2004a, p. 16) explica como o movimento negro teve dificuldade em mobilizar todos os negros e mestiços em torno de uma única identidade que fosse “negra”, em uma tentativa de destruir o ideal de branqueamento vigente no país. Em contrapartida, perdurava um movimento que procurava alinhar todas as identidades nacionais em torno de uma que fosse unificada, a do “mestiço brasileiro”, agrupando assim todas as raças (brancos, negros, indígena e também os diversos tipos de mestiços). Essa proposta de identidade “mestiça”, nos moldes totalizantes citados, estava na contramão das propostas defendidas pelo movimento negro da época.

De certa forma, a ideologia da identidade “mestiça” do brasileiro perdura até os dias atuais, alimentada, principalmente, pela falsa ideia da “democracia racial” no país, influenciando diretamente a branquitude nacional, que nega a existência do racismo em nosso território em prol de uma identidade pautada nos lemas “somos todos iguais”, ou “todo brasileiro tem um pouco de sangue negro nas veias”. Em resposta a esse cenário, emerge a expressão “afrodescendente” ou “identidade afrodescendente” no Brasil, enquanto uma ação do movimento negro nacional em cristalizar as diferenças existentes entre negros e mestiços, atingindo um consenso sociopolítico em relação à identidade racial, em uma tentativa de abater as concepções racistas da democracia racial.

Na história do Brasil, o discurso sobre a identidade começou a se impor ainda quando o país era uma colônia, na passagem para se tornar uma nação. Inicialmente, a

identidade brasileira começou a ser discutida pela elite política e intelectual da época – que era branca –, sob os ideais que perpassavam o debate sobre o processo de branqueamento da população. De acordo com Munanga (2004a, p. 16), apesar da proposta eugenista ter sido abandonada em meados do século XX, a ideologia que a inspirou foi introjetada pelo povo brasileiro, desde os grupos hegemônicos até os subalternos e continua, até hoje, influenciando negativamente na construção de uma identidade negra positiva, que venha a ter uma agência política mobilizadora e plena na defesa de sua afirmação social, obtendo a sua devida cidadania garantida em posição contrária as exclusões em diferentes níveis das esferas sociais.

Em diálogo com a obra de Frantz Fanon, *Pele negra, máscaras brancas* (2008), Deivison M. Faustino (2014, p. 82) aborda como o racismo, em sua complexidade e sofisticação, não se resume a uma simples delimitação de hierarquias das esferas sociais em que brancos e negros ocupam, mas se expressa, sobretudo, na fixação de atributos biológicos aos indivíduos, que são classificados como negativos/positivos – valorizados/desvalorizados. A visibilidade branca, em detrimento da invisibilidade negra, promove a redução dos negros às suas dimensões corpóreas e aos estereótipos de toda ordem, expressados de forma racista, mesmo em contextos onde ocorre certo grau de valorização, identificada por Faustino enquanto uma “pseudovalorização do negro” (op. cit., 2014, p. 83).

Em seu artigo *O pênis sem o falo: algumas reflexões sobre homens negros, masculinidades e racismo* (2014), Faustino retoma os estudos de masculinidade hegemônica, realizados por Raewyn Connell e Michael Kimmel, porém com ênfase sobre as masculinidades negras:

A noção de padrão de masculinidade hegemônica busca reconhecer que embora haja uma norma dominante, as pessoas transitam por elas de formas distintas, sejam motivadas por outras contradições – raça, classe, região, geração, etc. -, seja pela própria trajetória e agência individual. Assim como não há uma única masculinidade, não há uma única masculinidade negra, mas é pertinente alertar para o fato de que, embora existam negociações e subversões de toda ordem, o exame da “norma” abre-nos possibilidade de uma agência menos ingênua da própria trajetória (FAUSTINO, 2014, p. 77).

Na célebre obra citada de Fanon, há a crítica sobre o fato de o homem negro não ser visto enquanto um homem, mas enquanto um *homem negro* (2008, p. 26). A análise reforça a questão de que, primeiramente, a construção da masculinidade do homem negro passa pelo viés racial, no qual há uma supressão de sua humanidade, sob os interesses da

ideologia perpetrada pela branquitude (FANON, 2008, p. 26). Em uma sociedade racista, os ideais de masculinidade estão inteiramente pautados na branquitude, e com ela repousa todos os privilégios possíveis, assim, o “homem branco torna-se a expressão universal da humanidade” (FAUSTINO, 2014, p. 88).

Nesse contexto, o homem negro passa a carregar as “marcas da escravidão” impressas em seu corpo, em atributos que o caracterizam como um “criado supermasculino”. O homem negro, mesmo que não saiba, ou mesmo que tente buscar outras formas de significações e corporeidades, ainda será visto, e de alguma forma irá ter que dialogar, com essas expectativas realizadas pela branquitude (FAUSTINO, 2014, p. 81). Em decorrência disso, os homens negros desenvolvem a dificuldade social de corresponder aos ideais hegemônicos da masculinidade padrão, visto que ela será sempre branca.

Sem humanidade conferida, o homem negro se torna um ser reduzido à sua próprio corpo, descrita através da sua força física, da cor da sua pele, dos seus traços e do seu pênis. As críticas desenvolvidas por Fanon, e posteriormente por nomes como Faustino e Osmundo Pinho (2012), mostram como o homem negro é visto através da figura animalizada, infantilizada e inferiorizada, desenhada pela estrutura racista, perante a imagem estereotipada do branco enquanto um ser “superior, humanizado e racional”.

No ocidente, os estereótipos raciais foram desenvolvidos a partir da figura do homem negro como “inferior intelectualmente e superior sexualmente”, ao passo que o homem asiático passa a ser entendido como “superior intelectualmente e inferior sexualmente”. A figura do homem branco nesse quadro é entendida como o “projeto do universal”, o contraponto dessa balança, o “equilíbrio” entre o intelectual e o sexual. A representação do homem branco se instituiu, assim, enquanto aquela tida como o padrão hegemônico de masculinidade, cabendo às figuras do negro, do asiático, e, também, do gay, a ocupar as posições mais subalternizadas desse campo simbólico.

Quando não é invisibilizado, o negro é representado como contraponto antiético do humano. A sua aparição, quando autorizada pela branquitude, é reduzida simplesmente as suas dimensões corpóreas (FAUSTINO, 2014, p. 84). Para Fanon (2008, p. 143), as representações do negro estão, sempre, ligadas à sexualidade, enquanto detentor de uma potência sexual alucinante, e fixado através do seu genital (gigante, animalesco, superior ao do homem branco). Para a branquitude, o negro representa o instinto sexual não-educado, um perigo biológico, encarnado através da sua “potência genital”, acima das

interdições morais, culturalmente descrita pela imagem do “negro de pau grande e bom de cama”.

Abdias do Nascimento, Lélia Gonzalez, entre outros importantes nomes do Movimento Negro Brasileiro, já abordavam (e combatiam) a representação estereotipada do negro no país, em especial através das figuras do mulato e da mulata. A imagem da mulata, principalmente na literatura, sempre foi tida como aquela mulher detentora de uma pele “bronzada” e um corpo curvilíneo, e dotada de um comportamento “sensual e erótico”. Essa imagem, que ainda reina no imaginário popular brasileiro, foi vendida como a grande personificação da “mulher brasileira”, principalmente para o exterior.

Assim como a figura da mulata, o mulato também era visto através do estereótipo da “sensualidade irresistível”, com “gingado nos pés”, sendo descrito enquanto aquele “bom de cama e de lábia”, dotado de múltiplos artifícios de sedução e ludibriação, através de associações com termos do tipo “malandro”, “conquistador”, além de outros nomes pejorativos como “imoral”, “preguiçoso”, “delinquente” e “vadio”. Historicamente, esses foram alguns dos estereótipos raciais atribuídos à população negra, cabendo, principalmente, ao homem negro a execução da imagem do “ser superdotado” de habilidades corporais diversas, como a força física, as práticas sexuais, os esportes e a dança, ademais todas as atividades relacionadas à virilidade típica dos seres supermasculinos, como ser sexualmente ativo e potente.

Ser “negão de verdade” implica em assumir a atribuição de manter-se em cena como uma “máquina de sexo”, além de ter “pegada”, de “ter gingado”, de ser “superdotado” e ter um “pênis enorme”, de ser um “animal na cama”, de ter força física descomunal, de ser violento, dentre outras associações. O homem negro, portanto, deve ser “macho ao quadrado”, em todas as situações exigidas, e só a partir destes atributos é que ele será reconhecido/valorizado enquanto um “homem” e/ou “ser humano” (FAUSTINO, 2014, p. 91). Observa-se que nenhum desses atributos está associado diretamente à intelectualidade ou afastado das dimensões corporais/físicas.

Somente a partir desses atributos, que compõem o “negão de verdade”, que o homem negro irá manter a relação dialética entre a sua raça e os padrões definidos pela masculinidade hegemônica. Qualquer movimento oposto a tais estereótipos, ele estará “traindo/frustrando” a criação supermasculina negra realizada pela branquitude e pelo racismo (op. cit., p. 91). Como resultado dessa equação, há o desenvolvimento de um alto nível de toxicidade sobre a construção das masculinidades, de forma geral, mas de forma incisiva sobre a população negra, no qual os homens negros passam a sofrer com as

diversas violências físicas e simbólicas exigidas pelas construções hegemônicas da masculinidade padrão, somadas às estruturas racistas de ordenação social, sendo ambos pautados pela branquitude.

O reflexo desse cenário recaiu, diretamente, sobre o campo afetivo, em que as relações afetivas instauradas de diversas ordens, tanto na esfera do gênero, quanto da sexualidade, são afetadas pelas marcas dessa toxicidade, provocando impasses socioculturais e psicológicos tanto para esses homens, quanto para aqueles com quem convivem, em especial, as mulheres. Entre os homens gays, essa masculinidade tóxica reverbera tanto na construção da identidade racial, quanto nos paralelos estabelecidos com o gênero masculino e com a afetividade, causando conflitos diversos nesses três segmentos.

Trazendo o debate entre Deivison Faustino com Edricle Cleaver (2014, p. 88), percebe-se que nos relacionamentos homossexuais, o homem negro gay, por questões físicas e psíquicas atreladas ao racismo e aos ideais de masculinidade hegemônica, pautados na heterossexualidade e na branquitude, não consegue corresponder plenamente aos estereótipos afetivos de gênero, sexualidade e raça, instituídos dentro da cultura homossexual. Como consequência disso, o resultado é a baixa autoestima e o alto nível de solidão entre os homens negros gays, com o sofrimento proveniente da imagem negativada e das dificuldades apresentadas no desenvolvimento de suas relações afetivas, intra e interracialis.

Nos casos em que o homem negro gay consegue performar com alguns traços da figura “supermasculina”, a resposta, por muitas vezes, acaba por não enxergar na figura do homem negro gay afeminado como uma objetividade afetiva possível, pelas mesmas questões sexistas que interseccionam a masculinidade hegemônica, a sexualidade e a raça. Dessa forma, tornam-se comuns os encontros interracialis, entre homens negros gays e homens brancos, para distintas performances sexuais adotadas (homem negro ativo com homem branco passivo; homem negro passivo com homem branco ativo), como uma forma de corresponder às expectativas de gênero, sexualidade, raça, corpo e afetividade instituídas. Contudo, em relação aos papéis sexuais estereotipados, há a construção histórica do homem supermasculino negro e gay sendo “ativo”, reduzido, exclusivamente, ao seu corpo, e mais precisamente ao seu “pênis grande e bestializado”, em contraposição à figura do homem branco gay passivo de “bunda lisa e feminina”, em um tipo-ideal de relação homossexual racializada.

O mesmo não ocorre aos homens negros gays que são sexualmente passivos, em que, comumente, não há valorização dos mesmos aspectos, com breves ressalvas às incursões interracialis com o homem branco ativo, quando, assim, se torna objeto de dominação, remetendo aos imaginários sexuais presentes desde o período colonial. A imagem da “bicha-passiva ideal” será, hegemonicamente, a branca (ou o mais próximo de tal estereótipo), ao passo que a imagem do “macho-ativo” brasileiro será sempre tida através de uma figura racializada (do “bronzado” ao mais retinto possível), prevalecendo àqueles classificados enquanto “bem-dotados”.

Inserindo a dimensão teórica, em relação à realidade racial dos aplicativos de relacionamentos voltados para o público gay masculino, algumas observações são necessárias: primeiro, os aplicativos analisados foram criados em contextos norte-americanos, no intuito de atingirem alcance global. Em decorrência disso, os espaços destinados à identificação étnico-racial, paulatinamente, foram inserindo categorias identitárias cosmopolitas, em uma tentativa contemplar a comercialização pautada na diversidade etnoracial em escala global. Nos três aplicativos analisados, as categorias étnico-raciais são: “asiático”, “negro”, “latino” (ou hispânico), “árabe” (ou “do oriente médio”), “mestiço”, “índio”, “branco”, “sul-asiático”, “índio do pacífico” e “índio americano” (sendo esses dois últimos apenas para os usuários do Scruff). Além disso, há as opções de não apresentar a identidade étnico-racial, assim como informar somente através da categoria “Outra”.

Contudo, o uso destas categorias no solo brasileiro, em especial no território do Recôncavo Baiano, tornou-se ressignificado, misturando as identidades raciais locais com o histórico racista do país, por muitas vezes, se tornando um campo identitário confuso. Durante os processos de observação nos três aplicativos, foi possível observar inúmeros conflitos e divergências nas classificações raciais dos usuários no Recôncavo Baiano, a exemplo de homens negros, ou que seriam lidos como tais na região, a partir de suas características fenotípicas, se apresentando com outras categorias, como: “sul-asiático”, “árabe”, “latino”, “índio do pacífico”, “índio americano” e “asiático”; ou casos de usuários que se apresentavam como “moreno” ou “negão” no *username*, mas utilizavam outros marcadores raciais na opção “Etnia”.

Chamo atenção, também, para a conceituação das duas categorias distintas: raça e etnia. Para Kabengele Munanga (2004b, p. 25), a etnia compreende um conjunto de indivíduos que, histórica ou mitologicamente, têm um ancestral em comum - língua, religião, cosmovisão, cultura e até território e nação. Uma raça, como “branca”, “negra”

ou “amarela”, pode, nesse caso, comportar uma série de diversas etnias, como é o caso da extensa diversidade étnica dos povos indígenas no Brasil. Ainda de acordo com Munanga (op. cit.), a maioria dos pesquisadores brasileiros que atuam na área das relações raciais e interétnicas recorre com mais frequência ao conceito de raça, para explicar a complexidade do racismo, longe da realidade biológica, mas atuando de acordo com a hierarquia social vigente no imaginário coletivo.

Entretanto, alguns pensadores fogem do conceito de raça e o substituem pelo conceito de etnia, como se fossem meros sinônimos, considerando, inclusive, a etnia como um lexical mais “cômodo” que o de raça, em termos de uma possível “fala politicamente correta”. Essa substituição, porém, não muda em nada na realidade, principalmente no contexto brasileiro, pois não destrói a relação racial hierarquizada entre as pessoas e o predomínio do racismo em nossa sociedade (MUNANGA, 2004b, p. 25).

Dessa forma, apesar dos aplicativos não diferenciarem ao certo o que é “etnia” e o que é “raça”, mesmo na versão traduzida ao português, mantendo a preferência em continuar agrupando ambas as categorias distintas, procuro utilizar nesta análise apenas a categoria *raça*, visto que o campo, durante o processo das entrevistas, só apresentou a composição dividida em duas grandes raças: “branca” e “negra”, e a variação existente dentro da categoria racial negra, composta pelo grupo constituído pelos “pardos”. Compreendo que a categorização dada, através de opções predeterminadas, impulsiona os usuários a se enquadrarem de acordo com as categorias disponibilizadas pelos aplicativos, embora procure não fracionar analiticamente os pardos dos negros, concebendo o grupo dos pardos enquanto uma parte integrante da categoria racial *negra* no Brasil, em conjunto com a população preta, assim como pleiteava politicamente o Movimento Negro Brasileiro, e enquanto uma categoria sociológica utilizada, inclusive, nas pesquisas acadêmicas e nos censos estatísticos dos órgãos federais.

Contudo, nesse momento, apresento os dados de acordo com uma separação entre as categorias “negra” e “parda”, procurando ilustrar a composição por cor e por raça nos aplicativos, a partir das respostas dadas pelos usuários, obtidas durante a realização das entrevistas, ilustrando de forma geral os resultados empíricos:

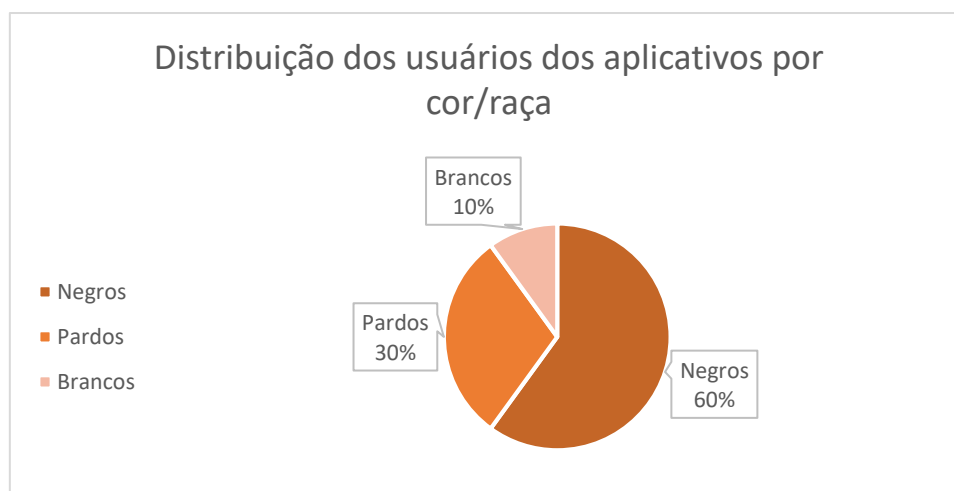


Gráfico 08: Distribuição dos usuários dos aplicativos por cor/raça.
 Fonte: Elaboração própria a partir de informações apresentadas nas entrevistas.

Como se observa, a maior parte dos usuários entrevistados é composta por usuários negros (90%), entre autodeclarados negros somados aos que se identificam enquanto pardos (dezoito usuários negros e dois brancos). Os números obtidos, tanto nas entrevistas, como nas observações realizadas, são expressões diretas da composição racial do próprio território do Recôncavo, no interior do Estado da Bahia, com a população majoritariamente negra. Contudo, ocorreram algumas discrepâncias entre as respostas fornecidas nas entrevistas com as informações disponibilizadas nas apresentações dos perfis, além de usuários que apresentavam dúvidas em relação a sua identidade racial, como se observa nos relatos abaixo:

Eu sou pardo né? Mas na verdade, não gosto do termo, prefiro mestiço. Pardo é papel, mas o certo é falar que é pardo, aí falo pardo quando me perguntam (Ricardo, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 20/03/2018).

Sou pardo. Sou mestiço. Meio negro, meio branco. Sou meio a meio (Matheus, usuário do app Scruff, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/passivo. Entrevistado em 12/06/2018).

Branco (...) não sou branco, mas para nossa região sou considerado como tal (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

Parda, eu acho *hahaha* (...) sou mestiço, mas acho que pardo se encaixa nesse mestiço (Rômulo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 22/05/2018).

Minha raça é humana, minha etnia é negra (Vinicius, usuário do app Grindr, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário e funcionário público, natural da cidade de Sapeaçu e sexualmente ativo. Entrevistado em 12/06/2018).

Na maioria das respostas dos usuários que se definiram enquanto “pardos”, certo conflito tornou-se visível em relação a sua definição, a respeito dos parâmetros que definem o que é ser branco, negro e pardo/mestiço no país, sobretudo na região do Recôncavo. Todavia, a divisão entre as duas categorias que compõem a raça negra, como se o grupo “pardo” não fizesse parte compositora dessa identidade, revela os problemas sociopolíticos e culturais que o Brasil, de forma generalizada, encara em relação às identidades raciais, do período colonial até os dias de hoje.

A partir da instituição do binômio branco-negro, o conceito de “pardo” (e/ou mestiço) no Brasil esteve sempre atrelado a uma categoria identitária racial movediça. Indivíduos classificados como pardos possuem a dificuldade em “se encaixar” em determinado grupo racial, sendo estes enquanto campos fechados e dicotomizados, ocupando assim, algumas vezes, um “entrelugar”, uma “falsa posição” ou até mesmo um “não-lugar”, dentro dessa estrutura racial. Além disso, a própria categoria “parda” torna-se alvo constante de embates e críticas, de diversos lados, sendo rejeitada por muitas vezes até pelos indivíduos etiquetados por essa categoria racial, como se observa no trecho da entrevista concedida por Ricardo.

As bases de identificação, portanto encontram-se nos polos desse *continuum* racial: em um extremo o ideal de branquitude, do outro extremo o ideal de negritude, sem a existência de uma base de identificação propriamente parda, apesar da gama de possibilidades nesse intervalo. Os sujeitos mestiços, dessa forma, encontram-se dispersos no campo identitário, principalmente, por causa dessa extensa paleta de cor, indo do mais claro ao mais escuro. Somente a partir desse cenário, que eles se orientarão racialmente, e serão alocados socialmente pelos demais. Ser “alocado” em uma escala de cor, em um país como o Brasil, onde as desigualdades sociais são pautadas na raça, significa que para além da autoafirmação dessas pessoas em relação a sua cor/raça, também é necessário a presença de fatores socioculturais externos para tais identificações, como, por exemplo, a classe social que ocupa ou o olhar do outro enquanto um coeficiente determinante para a identificação sociorracial, podendo isso gerar confluências e/ou conflitos.

Também é necessário ressaltar o caráter contextual e cultural da mestiçagem, principalmente nos dois países de referência para o uso dos aplicativos gays no Recôncavo Baiano: os EUA, onde os três aplicativos foram desenvolvidos, e no Brasil,

onde esta pesquisa se localiza. A mestiçagem, nesses dois países, possui significados variados, de acordo com traços específicos de cada cultura. A classificação étnico-racial norte-americana apenas contemplava os seguintes grupos: ameríndios, asiáticos, brancos e negros (MUNANGA, 2004a, p. 19). Nas últimas décadas, houve a incorporação da categoria étnica “latina”, somando então cinco categorias principais.

Por séculos, a classificação étnico-racial norte-americana esteve pautada em torno de um determinismo sociopolítico, conhecido como a lei da “única gota de sangue” (*one drop rule*). Tratava-se de um conceito antimiscigenação e segregacionista que era vigente nos EUA, até o século XX, em que a percepção das variações dos fenótipos e a avaliação da aparência física eram fechadas em torno de uma categoria dicotômica bastante rígida, pautada na “pureza racial”, bastando ser um pouco negro, através da ascendência africana, para ser lido totalmente enquanto um “sangue misturado”. Como a regra era pautada na hipodescendência, os sujeitos de pele clara ou que carregavam algum outro traço da branquitude, mas que possuíam antecessores que fossem negros, eram automaticamente lidos como tais⁷⁵. Sendo assim, todo o grupo afro-americano foi representado como um grupo homogêneo social “negro”.

O mesmo não ocorria entre brancos, onde o imaginário racista instituía que para ser considerado como tal, era necessário ser branco totalmente/por completo (“sangue de tipo puro”). Logo, os mestiços também eram enquadrados enquanto negros (ou “de cor”). Paulatinamente, a influência da regra social foi perdendo a sua força no território norte-americano, e assim a categoria “mestiço” começou a ser incorporada no plano identitário-racial do país⁷⁶. Contudo, todo o contexto parece ter estado presente na construção dos aparatos étnico-raciais dos aplicativos, e os respectivos usos entre os norte-americanos, em que as categorias são fechadas em torno das raças “white” e “black” (branca e negra).

No Brasil, a mestiçagem historicamente se desenvolveu de outra forma, apesar de alguns traços similares. Oracy Nogueira (2006, p. 290-291), por exemplo, a partir do modelo norte-americano, construiu um quadro comparativo que distinguia

⁷⁵ Nesse período, tornou-se comum a prática do *passing* (passando), em que os sujeitos mais próximos da branquitude (de pele clara ou detentores de outros traços “caucasianos”) buscavam táticas e performances para *se passar por brancos*, negando as suas origens raciais, criando diversas narrativas de descendência estrangeira para justificar traços não-brancos, ou migrando para cidades onde as leis raciais eram mais brandas.

⁷⁶ No atual contexto norte-americano, há a presença de novas categorias raciais, presentes após o fim das leis segregacionistas e o aumento no número de pessoas miscigenadas. Essas novas categorias de miscigenados são: o mestiço (*mixed-race*); os birraciais e os multirraciais. A categoria “*mixed-race*” encontra-se presente na versão em inglês dos três aplicativos analisados.

significativamente essas duas nações. Em sua configuração, o Brasil se enquadraria no preconceito de “marca” ou “de cor”, em oposição ao preconceito de “origem” norte-americano, baseado no sistema da gota de sangue. No Brasil, a percepção da cor e de outros traços negroides é gestáltica, ou seja, depende da tomada de consciência dos mesmos pelo observador, do contexto de elementos não-raciais (sociais, culturais, psicológicos, econômicos) e que estejam associados – maneiras, educação sistemática, formação profissional, estilo e padrão de vida –, tudo isso obviamente ligado à posição de classe, ao poder econômico e à socialização decorrente (MUNANGA, 2004a, p. 96).

Embora considerado como ponte racial entre o preto e o branco, o pardo/mestiço/mulato não goza de um pleno status social distinto ao do preto, apesar dos seus “privilégios” relativos, acionados em graus pela proximidade com a brancura. A classificação racial cromática no Brasil depende do grau de miscigenação, cabendo ao mestiço a difícil tarefa de se estabelecer em uma composição racial dicotômica, estando passível de ser classificado e reclassificado racialmente, podendo em alguns casos até se “passar como branco” ou ser lido como tal. Com base nesse cenário difuso, o historiador Clóvis Moura⁷⁷ (1988 apud MUNANGA, 2004a, p. 120), nos anos 80, realizou uma pesquisa sobre a identificação cromática dos brasileiros, obtendo um número de mais de cem tipos diferentes de cores (como baiano, café-com-leite, cor de canela, chocolate, cor de castanha, castanho claro, cor de café, galega, escurinho, bronzeado, moreno, sarará, entre outros).

No consumo dos aplicativos de relacionamento no Brasil, a apresentação de si estará, sempre, condicionada por fatores raciais. Seja pela autoidentificação racial no perfil do usuário, ou pela identificação através da ilustração visual, a partir das imagens do rosto e do corpo, mostrando o formato dos lábios e do nariz, o tipo de cabelo, a cor da pele, entre outros. No entanto, por se tratar de um aplicativo de relacionamento em um ambiente on-line, alimentados por imagens digitais, é importante frisar que fotografias podem ser manipuladas, através de efeitos fotográficos e aplicativos de *photoshop* (edição de fotos), e dessa forma, peles negras podem se tornar mais claras, narizes podem ser afinados, lábios podem ser diminuídos, entre outros.

De acordo com Petrônio J. Domingues (2002, p. 577-578), a carga ideológica do branqueamento se expressa totalmente no terreno estético. O modelo branco de beleza, considerado como padrão, pauta o comportamento e a atitude de muitos negros

⁷⁷ MOURA, Clóvis. *Sociologia do negro brasileiro*. São Paulo: Ática, 1988.

assimilados. Essa ideologia incentiva a população negra a eliminar os seus traços, a fim de se aproximar, no plano das aparências, ao branco (nariz afilado, cabelos lisos, lábios finos, pele clara). No plano social, práticas e comportamentos são adotados por negros, no intuito de assimilar-se a cultura da estética branca, como, por exemplo, o alisamento de cabelo, através de processos químicos.

Ainda no plano das apresentações dos perfis nos aplicativos de relacionamento, há outras formas de identificar o pertencimento racial dos usuários, como, por exemplo, através do uso de *nicknames*: “negão”, “nego”, “neguin”, “preto”, “pretinho”, “black”, “branquinho”, “moreno”, “cafuçu”, “bronzado”, “mulato”, “mestiço”, “galego”, “cor do pecado”, “chocolate”, “pardo”, “índio”, entre outros. Assim como as associações entre raça e virilidade/corpos supermasculinos: “cavalo negro”, “kid bengala”, “touro preto”, “minotauro preto”, “diamante negro”, “nego safado”, “urso negro”, “anjo branco”, “urso branco”⁷⁸.

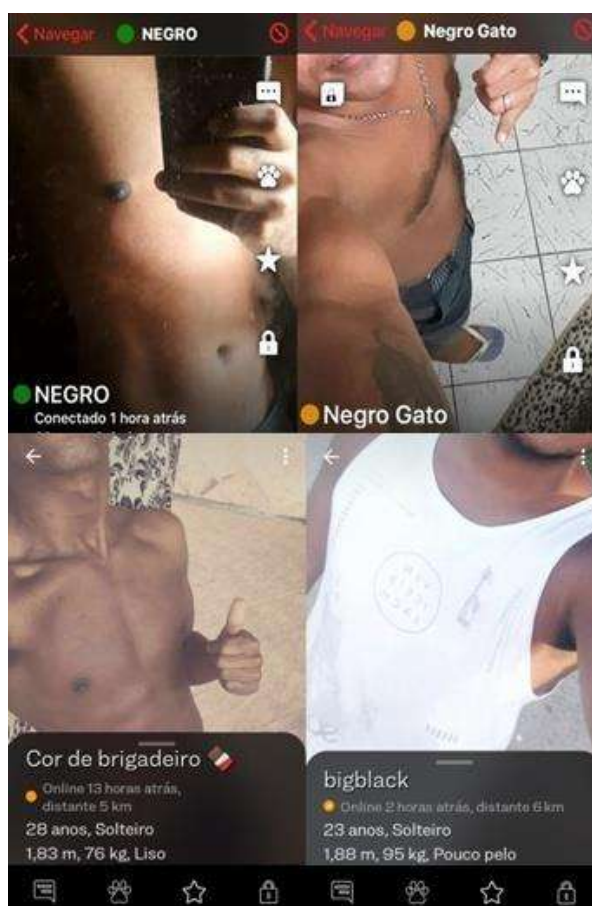


Figura 23: Perfis de usuários negros no aplicativo Scruff, geolocalizados no Recôncavo Baiano.

⁷⁸ Esses *usernames* foram alguns dos exemplos encontrados durante o processo de observações, em 2018, realizado nos três aplicativos.

Fonte: App Scruff.

Nos aplicativos de relacionamento, em especial no seu uso georreferenciado no território do Recôncavo Baiano, um território negro por excelência, a busca por parceiros amorosos e sexuais vai se estabelecer, sempre em um viés racializado, e por muitas vezes de forma dicotômica (entre brancos e negros), principalmente através da apresentação da identidade racial, tanto nas formas físicas, quanto por meio dos recursos simbólicos – visuais e descritivos. Os aplicativos também oferecem “filtros raciais”, no intuito de segmentar a busca por determinadas tipologias masculinas pautadas na raça. Em relação às buscas racializadas no Recôncavo, os relatos dos colaboradores desta pesquisa foram:

Gosto de pessoas morenas. A pele bronzeada é o que me atrai mais! (Antonio, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/ativo. Entrevistado em 20/03/2018).

Não seria um critério, não julgo pelas aparências. Mas pessoas com pele *latina*, bronzeada, cabelos escuros... sempre me chama atenção (Ricardo, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 20/03/2018).

Prefiro versáteis e ativos. Da minha idade, da mesma faixa etária. De qualquer raça (Arthur, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 20/04/2018).

Não tenho preferência por raça. Amo todas as raças! (Caio, usuário do app Scruff, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 07/05/2018).

Gosto mais de caras negros. Prefiro os ativos. Não tenho preferência por faixa etária (João, usuário do app Hornet, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/05/2018).

Homens brancos me atraem bastante. Não que negros não me interessam, é apenas questão de gosto! Também não significa que eu deixaria de ficar ou namorar alguém por ser negro, sendo que eu também sou e me aceito muito bem. Como disse e repito, é só uma questão de gosto, assim como tem pessoas que curtem os negões (Pedro, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 06/06/2018).

Foi possível verificar que a maioria dos usuários ou não possuíam uma “preferência racial” (em treze dos vinte usuários), ou, quando ela surgia, era marcada pela branquitude, seja pela busca por homens brancos ou o mais próximo que ela possa alcançar, principalmente através da figura dual do homem “moreno”, de “pele

bronzada”, que apesar de ser uma figura racializada, e por muitas vezes inclinar-se a uma negritude presente, por outro lado também pode indicar um homem que também pode ser entendido como “quase-negro”, “não tão negro” e/ou até visto como um “não-negro”. Contudo, o fato de não responder sobre a preferência racial, não significa que ela, necessariamente, não venha a existir, e que, de certa forma, ela venha a se estabelecer de outra maneira. Com isso, em relação à percepção do racismo, por exemplo, e os possíveis casos de discriminação no interior dos aplicativos, as respostas dos usuários entrevistados foram:

Deve ter, mas eu nunca vi! (Antonio, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/ativo. Entrevistado em 20/03/2018).

Não dá *pra* perceber. Se, por exemplo, alguém está em uma conversa e ao ver a foto da pessoa, e ela é negra, como eu, e esse alguém não gosta de negro, vai bloquear, não responde mais, enfim... mas não há como saber se foi por questões raciais ou por não ter gostado do perfil da pessoa (João, usuário do app Hornet, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/05/2018).

Tem gente que já fala no perfil que não curte negros, morenos, pretos (Rafael, usuário do app Hornet, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 17/06/2018).

Nem tanto, acho que é questão de gosto mesmo. Tem gente que se atrai por negros, outros não (Leonardo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 27/05/2018).

Assim como a baixa procura por homens negros, principalmente por aqueles mais retintos, a percepção do racismo, engendrado sob diversas formas no interior dos aplicativos, também é mínima, inclusive pelos próprios usuários negros, que em sua maioria, em relação aos perfis entrevistados, além de não buscarem relacionamentos com outros homens negros, propriamente ditos, também não fizeram relatos em relação à presença da discriminação e do preconceito racial, que de fato estrutura os aplicativos, principalmente nas ilustrações midiáticas feitas, na sua maioria, por corpos brancos. Dessa forma, implica-se que o racismo opera de forma tão estrutural no ordenamento dos aplicativos, a ponto de ser tomado enquanto invisível. Reforço que as buscas afetivas nos aplicativos de relacionamento estão pautadas nos ideais de branquitude e na reprodução de certos estigmas e preconceitos, o que inclui os raciais, enquanto barreiras sociais

impostas, indo desde as apresentações on-line até o sucesso na trajetória afetiva, principalmente entre os usuários negros.

O gosto, como desenhado por Pierre Bourdieu (2008), torna-se um produto das condições sociais presentes, totalmente vinculado às imposições e imperativos da vida social. Para o sociólogo, o gosto de um indivíduo é orientado pela cultura em que está inserido e pela sua trajetória social estabelecida, sendo resultado de diversas relações de poder alicerçadas em torno das estruturas sociais vigentes. O gosto torna-se o meio de classificar as coisas ao redor, desenvolver distinções e instituir estilos de vida. Se o padrão societário é o da branquitude, por exemplo, logo esse será o marcador racial que orientará a construção dos gostos de todas as classes. O gosto por determinado tipo de masculinidade, em um ambiente como um aplicativo de relacionamento, será sempre racializado, sendo que, em muitas vezes, o padrão definido será o branco. Ir de contra a maré, dessa forma, significa desviar da hegemonia e construir gostos paralelos ao padrão instituído, seja ele de masculinidade, raça e/ou corpo.

2.6 – “PADRÃOZINHO”: CORPORALIDADES CONTEMPORÂNEAS NA ERA DO DIGITAL

David Le Breton (2012, p. 07), um dos nomes clássicos sobre os estudos das corporalidades nas ciências sociais, classifica a sociologia do corpo enquanto uma área especialmente dedicada à compreensão da corporeidade humana, entendendo o corpo como um objeto social e simbólico. Esse corpo, para além de um aspecto da natureza, um mero dado biológico, configura-se, também, como sendo um objeto da própria cultura, socialmente construído e socialmente interpretado.

O antropólogo Marcel Mauss, em *As técnicas do corpo* (2003, p. 401-403), descreve o corpo enquanto um conjunto de hábitos, costumes, crenças e tradições, sendo desenvolvido a partir da cultura em que está inserido, existindo, assim, formas culturais específicas para cada tipo de sociedade. As construções socioculturais do corpo são estruturadas por meio das inúmeras atividades perceptivas, das expressões dos sentimentos, dos cerimoniais dos ritos de interação, dos conjuntos de gestos e mímicas, das produções das aparências, dos jogos sutis da sedução, das técnicas corporais, dos exercícios físicos, das relações com a dor, com o sofrimento e com o prazer, entre outros (LE BRETON, 2012, p. 07). Logo, antes de qualquer coisa, a existência humana é perpassada pela experiência corporal.

O corpo é tido como um produtor de sentidos contínuos, inserindo o indivíduo, de forma ativa, no interior dos campos sociais e culturais, existindo na sua totalidade de elementos compostos, a partir do efeito conjugado da educação recebida e das identificações construídas pelo indivíduo. Todavia, essas noções de corpo não são universais e nem fixas, sendo variáveis de cultura para cultura, assim como as próprias variações em mesma cultura, entendidas enquanto temporárias e mutáveis.

Para Luiz Felipe Zago (2013, p. 29), os corpos também são história: possuem história, carregam histórias e constroem novas. São construções históricas reguladas por práticas discursivas, constituídas pela linguagem e (con)formadas por significados culturais. Através da intersecção de uma variedade de práticas discursivas e disciplinares, o corpo é construído, instituído, classificado, moldado e remodelado (HALL, 2009, p. 121).

Conforme as análises de Kathryn Woodward (2007, p. 15), o corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento de fronteiras que define o que somos, servindo de fundamento para as nossas construções identitárias. Assim como Elisabeth Badinter (1993, p. 42), que entende o corpo como uma fonte de uma identidade primária, sendo que é a partir dele que o sexo biológico é designado e, também, por meio dele que o gênero será construído e reconstruído; assim como a identificação racial, a sexualidade e os demais marcadores identitários.

Para Zago (2009, p. 67), um indivíduo do gênero masculino, encerrado em um corpo sexuado e generificado, necessita de marcações simbólicas e parâmetros culturais contingentes para se reconhecer e ser reconhecido como homem, para que seu corpo possa estar compatível com as ideias históricas da noção de masculino. As construções hegemônicas de feminilidades e de masculinidades foram desenvolvidas em torno das construções corporais históricas, a partir dos modos convencionais do que é ser “mulher” e de como ser “homem”, por intermédio de um conjunto de atitudes, ações e comportamentos que se repetiram ao longo do tempo, obedecendo a orientações elaboradas e sancionadas culturalmente que diziam como um corpo deve se (com)portar para ser considerado homem/masculino ou mulher/feminina (op. cit., 2009, p. 74). Dessa forma, compreende-se que as masculinidades são construídas para serem exibidas, afirmadas e performatizadas no corpo.

Corpos, masculinidades e internet sempre estiveram em estágio de relação mútua, desde os primórdios da informática. Primeiro, pelo predomínio dos corpos masculinos à frente do desenvolvimento da cibercultura (matemáticos, físicos, engenheiros), em uma

época em que a mulher era impedida de ocupar tais lugares no campo científico e tecnológico. Depois, na inserção massiva de jovens homens brancos de classe média nos primeiros anos de disseminação da internet comercial e dos computadores pessoais, nas décadas de 80-90, principalmente através das tribos sociais *nerds* e *geeks*⁷⁹. Nos anos 90, no início da internet comercial, os sites pornográficos já traziam uma nova leitura do corpo masculino, tanto nas vertentes homossexuais, quanto nas páginas na web destinadas à heterossexuais. Novos corpos emergiam com o *boom* das academias e das cirurgias estéticas, associados a uma nova cultura em ascensão dos corpos sarados da “Geração Saúde” (MISKOLCI, 2017, p. 80).

Nesse período, os sites gays (pornografia, notícias, entretenimento e/ou de relacionamento) eram ilustrados por essas figuras - homens brancos, “sarados”, e extremamente viris e musculosos. Os perfis dos usuários “comuns”, que não faziam parte desse padrão, nos sites de relacionamentos e nas salas de bate-papo eram, geralmente, apresentados de forma descorporificada e/ou despersonalizada. Imperavam os perfis sem imagens, assim como os perfis que possuíam apenas a imagem do rosto, sem maiores informações sobre o restante do corpo, ou ainda as fotografias de determinadas partes do corpo – tórax, abdômen, nádegas, virilha, braços, costas – sem figurar o rosto ou o corpo por completo. Além disso, era comum o predomínio de perfis com *imagens fakes*, em que os corpos utilizados nas fotos de perfil não eram condizentes com a realidade, de quem realmente era o usuário. Tratava-se de um período em que a imagem digital ainda era uma novidade, não havia câmeras e webcams em circulação massiva, então, a solução era “se virar como podia”.

Com o passar dos anos e a entrada no digital século XXI, a lógica dos sites e das redes sociais começaram a se alterar. Novos corpos começaram a habitar a web: negros, *bears*, os novinhos *twinks*, coroas, velhos, tatuados, gordos, afeminados, altos e baixos, entre outros, apesar de ainda imperar os modelos hegemônicos de corporalidades masculinas, inclusive nos sujeitos subalternizados. Em relação a esse aspecto, se observa na imagem abaixo do Scruff, onde no seu site é apresentada a “diversidade” existente em

⁷⁹ A figura do *nerd* (também conhecida no Brasil como CDF) é tida como a de uma pessoa inteligente/estudiosa, muitas vezes estigmatizado como tímido, sem amigos e impopular, além de ser visto como esteticamente “feio”, “estranho”, “franzino” e “desengonçado”. Já a figura do *geek*, compartilha traços em comum com a imagem do *nerd*, muitas vezes vista como uma tribo social ramificada. A grande diferença seria a caracterização do *geek* enquanto aquele *nerd* que possui um interesse maior em tecnologias, como smartphones, internet e jogos eletrônicos.

seu app, contudo mantendo certo padrão corporal/estético, mesmo em diferentes raças e gerações:

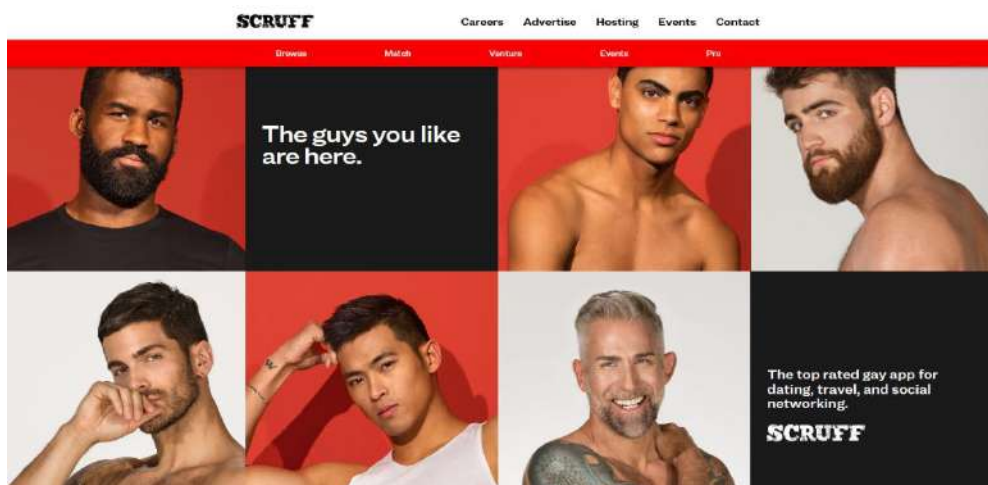


Figura 24: “Os caras que você gosta estão aqui”.
Imagem do site Scruff - Variação entre os tipos de homens. Fonte: Scruff.com.

A cada avanço tecnológico, os usos das mídias digitais e dos serviços de namoro on-line iam se modificando. Novas formas de autoapresentação foram surgindo nesses espaços, em conjunto com uma maior inserção de imagens e vídeos para ilustrar as *personas* na internet. Os encontros afetivos promovidos pela internet deixaram de ser eventuais, para se tornarem constantes e, assim, impulsionaram os usuários a uma maior correspondência do perfil na internet com o seu “eu” fora do ciberespaço. Nessa medida, uma maior visibilidade dos corpos – da cabeça aos pés – começou a se tornar regra no ciberespaço.

Pensando nisso, Zago (2009; 2013) elabora o conceito de “corpo-currículo”, no intuito de compreender como o corpo é apresentado nos sites e nos aplicativos de relacionamento. O corpo passa a funcionar enquanto um verdadeiro *curriculum vitae* do usuário, o rótulo do seu próprio produto, retratado no ambiente on-line enquanto uma grade de saberes pertinentes sobre quem são esses indivíduos (peso, altura, tipo físico, musculabilidade, pelosidade corporal, tatuagens, tamanho de pênis, etc.), associada aos seus gostos e interesses em jogo. É a partir dessa configuração corpo-signo que os usuários serão consumidos nesse campo afetivo: sendo admitidos em correspondência ao gosto do freguês.

Na sua tese de doutorado, intitulada *Os meninos: corpo, gênero e sexualidade em e através de um site de relacionamentos*, Zago (2013, p. 160) afirma que há currículos

que são mais valorizados, em detrimento de outros. O que realmente ocorre nos sites e nos aplicativos de relacionamento é a constituição de um verdadeiro “mercado da carne”, tendo o corpo rijo, sem gordura, jovem, másculo, viril e branco como o produto mais valorizado, a carne de “primeira qualidade”, o corpo “padrão”. Os “anticorpos”, aqueles corpos tidos como indesejados e não-consumidos nesse mercado, são os corpos flácidos, obesos, excessivamente magros, envelhecidos, afeminados e negros (apesar da criação dos homens negros supermasculinos e da “pseudovalorização” do corpo negro nesses espaços). Dentro do mercado da carne, esses “anticorpos” seriam enquadrados enquanto “carnes de segunda qualidade”.

Os corpos “padrões”, os “corpos-que-importam”, representados enquanto mostráveis e vendáveis nesse campo afetivo, construídos, simultaneamente, em oposição aos “anticorpos”, compelindo-os a não se mostrarem (ZAGO, 2013, p. 160). Os aplicativos de relacionamento destinados aos homens gays, por exemplo, são ilustrados, massivamente, com os corpos do tipo “padrão”, até nas próprias publicidades (como visto anteriormente). Os “anticorpos”, dessa forma, são constantemente expulsos, principalmente, por meio das nomeações e designações expostas nos textos escritos nos *abouts* (as caixas textuais para autodescrição) dos próprios usuários: “⊘ gordos”, “não gosto de velhos” “não curto afeminados”, “não tenho interesse em negros”.



Figura 25: Perfil de um usuário do aplicativo Grindr, geolocalizado no Recôncavo Baiano.
Fonte: App Grindr.

A imagem acima de um usuário do aplicativo Grindr mostra a sua abjeção aos homens/corpos gordos, com ênfase tanto no seu *username*, quanto na descrição em seu *about*. Além disso, observa-se que o usuário se encontra, aparentemente, em uma academia de musculação, o que reforça a contraposição do “corpo sarado na academia” x “corpo gordo fora da academia”. Constatamos que de certa forma há um predomínio de perfis nos aplicativos de relacionamento que adotam ou buscam esse tipo de corporalidade: homens gays de corpos musculosos, sem pelos, com “abdômen trincado”, performando uma estética e um comportamento pautado no padrão hegemônico de masculinidade – heterossexista e branco.

Vivemos em uma era em que os homens são influenciados pela mídia a adotar um estilo de vida e consumo pautado no “complexo de Adônis”, expressado através da busca obsessiva pelo “corpo perfeito” – um corpo forte, viril, “definido”, “sarado”, “malhado”, “bombado”, “musculoso” e “sem gorduras”, e assim, “comerciável”, a fim de atingir os ideais de um corpo supermasculino. Virilidade, vigor, robustez, beleza física e força bruta são os elementos físicos e sociais associados aos homens hipervirais, tidos como aqueles que são mais valorizados na cultura ocidental (FAUSTINO, 2014, p. 79).

O homem batalha contra si mesmo para jamais ceder à fraqueza do afeminamento e da passividade. Mesmo sendo passivo de forma sexual, o homem procura outros elementos para se “endurecer” e, assim, se parecer como um “ativo/macho/heterossexual”, seja por meio de obter um corpo viril e musculoso, ou pela adoção de pelos corporais, como “barba cheia”, “peito cabeludo”, “perna sem depilar”, “bunda cabeluda”, entre outros.

Por muitos anos, o estereótipo vigente era do homem homossexual como detentor de um corpo “frágil”, “mole” e “feminino”, perdurando de certa forma até os dias atuais. Os homens passivos e/ou afeminados eram, automaticamente, lidos por meio de seus corpos feminilizados, identificados como os “homossexuais de verdade”, ao contraposto em que ocorria a masculinização homossexual, apenas, daqueles com corpos másculos, atribuídos aos machos, aos ativos, dos “bofes”, e aos corpos tidos (e lidos) como “heterossexuais”, sendo esses enquadrados enquanto os “homens de verdade”.

Assim, conseqüentemente, uma cultura se institucionalizou entre homens gays: a busca incessante pelos homens em obter o “corpo padrão”, acompanhado do próprio consumo pautado na valorização deste tipo corporalidade, tanto como um objeto de desejo daqueles que não são enquadrados na categoria padrão, quanto daqueles que realmente

são, ao passo que uma vez atingido tal ideal, esses homens passariam se relacionar apenas com aqueles de corpos semelhantes (padrão que *pega* padrão).

Nas últimas décadas, contudo, as imagens sociais sobre os corpos dos homens gays começaram a ser atualizadas, paulatinamente, englobando diferentes tipos de corpos para diferentes performances sexuais: homens de corpos viris com comportamentos afeminados, homens de corpos viris que são sexualmente passivos, homens afeminados que são sexualmente ativos, entre outros. Ainda nesse escopo, do ponto de vista de uma política vernácula, o corpo branco continuou a imperar enquanto a personificação de uma hegemonia masculina encarnada nos corpos (PINHO, 2012, p. 182).

As associações do “gay padrão” e do “corpo padrão” estão sempre marcadas pela raça. O corpo negro, como exemplificado anteriormente, é aquele visto como viril, hipermasculino, forte ao extremo, másculo em todos os aspectos, principalmente nos aspectos sexuais. O negro, em diversos momentos, torna-se um homem enclausurado no próprio corpo, visto que ele é um “escravo da sua aparição” (FANON, 2008, p. 186). Sendo assim, o corpo negro terá sempre acionado todas as representações sociais sobre a sua corporeidade/presença física, principalmente os estigmas racistas, ligados a violência, criminalidade, degenerescência, perigo social, sexualidade animalesca, entre outros.

A hipersexualização, a fetichização e a coisificação do corpo negro, em especial aqui do corpo negro masculino, são realizadas, principalmente, por meio do seu falo, como símbolo máximo de virilidade, de animalidade e de selvageria, sendo enquadrado enquanto “puro corpo”. Nas análises de Fanon (2008, p. 142-143), “o preto é fixado no seu genital”, e por isso ele também é considerado como “um perigo biológico”, tendo a sua imagem sempre centrada nas intersecções entre o biológico-sexual-sensual-genital, sendo totalmente reduzido às suas dimensões corpóreas (op. cit., p. 169).

Faustino (2014, p. 78), a partir das suas leituras sobre Jacques Lacan, infere que o falo, não se referindo necessariamente ao pênis, mas se tratando de um falo simbólico, não-físico, assim como Bourdieu analisava em *A dominação masculina* (2002a), demanda de certa carga de legitimidade, afirmando o masculino-heterossexual-ativo, detentor do falo e poder viril, sob os demais gêneros e sexualidades, que abrem mão desse falo simbólico. Nos aplicativos, também é possível visualizar os efeitos dessa centralidade falocêntrica, em associação ao predomínio dos corpos hiperviris, em que para além das fotografias íntimas (os populares *nudes*), que são compartilhadas entre os usuários, ou aqueles perfis que utilizam as imagens de diversos tipos da área genital nos perfis, há também o constante uso de *usernames* com referências diretas ao pênis: “rola”, “cacete”,

“neca”, “vara”, “piroca”, “dotado”, “jeba”, “picolé grosso”, “pirulitão”, “roçador de picas”, “roludo”, “pauzado”, “pirocudo”, “pau grande”, “curto rola”, “picão”, entre outros.

Inseridos em uma cultura falocêntrica, os aplicativos de relacionamento para homens gays instituem um sistema de metragem, que se orienta através da busca por homens que são sexualmente dotados, ou seja, aqueles que possuem o pênis grande/avantajado. Grande parte dos usuários informa, tanto no *username*, quanto no *about*, o comprimento do pênis (em centímetros) ou a preferência por determinados tamanhos, prevalecendo aqueles que são maiores de dezoito centímetros (18 cm), e nunca abaixo. Alguns, ainda, utilizam de políticas nominiais para a autoidentificação enquanto um homem dotado, através do uso de usernames que fazem alusão a tais aspectos (“dotadão”, “big dot”, “dotadaço”) ou através daqueles que buscam se relacionar apenas com homens dotados (“Apenas dotados”, “DOT X DOT”).

O “pinto pequeno”, assim, figura-se em um exemplo da depreciação masculina, trazendo todo o estigma relacionado ao homem tido como “inferior”, de masculinidade/virilidade questionável, já que o pênis grande se consagrou como a expressão máxima da masculinidade/virilidade ocidental. Além disso, também há a ilustração dos perfis com *nicknames* utilizando símbolos de cunho falocêntrico, como os *emojis* de berinjela ou banana⁸⁰.



Figura 26: Perfis de usuários dos aplicativos Grindr (à esquerda) e Scruff (à direita), geolocalizados no Recôncavo Baiano.
Fontes: Apps Scruff e Grindr.

⁸⁰ Para se referir as nádegas, é comum o uso de *emojis* de formatos arredondados, como a fruta pêssego na Figura 26.

O corpo jovem é visto como o símbolo da virilidade, do vigor, da energia e da vitalidade. Durante os processos de observação, foi possível notar uma maior valorização daqueles que conseguiam performatizar no corpo tais aspectos, ligados diretamente à juventude. Além do fato de grande parte dos consumidores dessas tecnologias serem aqueles mais jovens, em especial os que compõem a Geração Z, há também uma busca pela similaridade: os homens mais jovens que buscam se relacionar afetivamente apenas com outros mais jovens. O corpo mais velho e mais maduro, como observado anteriormente, é valorizado até determinada faixa etária, principalmente em torno daqueles que ainda continuam a performar/apresentar os aspectos da masculinidade hegemônica, como por exemplo um corpo viril e musculoso. Quando os usuários mais velhos ultrapassam essas barreiras da virilidade corpórea, eles são, sumariamente, rejeitados (“não curto velhos”, “não gosto de coroas”).

O corpo, assim, aparece como um dos principais critérios de buscas por perfis nos aplicativos de relacionamento, visto que os usuários são corporificados o tempo todo. Em virtude da centralidade corporal, o parceiro ideal será aquele que corresponderá com as referências de corpo que respaldam o gosto do consumidor, muitas vezes em conformidade com a sua própria representação corporal. Sobre a classificação corporal dos usuários entrevistados, observou-se uma variedade de nomenclaturas para diferentes tipos físicos: “magro”, “magro torneado”, “magro comum”, “magrinho” “com sobrepeso”, “comum”, “normal”, “malhadinho”, “parrudo”⁸¹. Ao questionar sobre as suas classificações corporais e físicas, as respostas obtidas foram:

Comum. Nem magro, nem gordo, nem musculoso. Um meio termo entre eles kkk (Ricardo, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 20/03/2018).

Normal (...) nem gordo, nem seco, nem musculoso KKKKKKK normal. Sou gostoso! (Matheus, usuário do app Scruff, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/passivo. Entrevistado em 12/06/2018).

Normal. Não sou gordo, nem magro. Sou baixinho, tenho 1,66cm (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

⁸¹ Grande parte dos usuários se apresentou enquanto “magro” (dez usuários). Somando as demais variações da categoria “magro”, perfazem um total de treze usuários. Dois se apresentaram como “comum”, dois como “normal”, um como “parrudo”, um enquanto “com sobrepeso” e um como “malhadinho”.

Magro, 1,74cm, 54kg, visto 36 (Rômulo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 22/05/2018).

Sou magro, tenho um corpo consideravelmente malhado, com uma bunda grande (Silas, usuário do app Scruff, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/07/2018).

Nota-se que há um encaixe da maioria dos perfis na tipologia “normal/comum”, associada aos indivíduos de corpos magros, sem excesso – nem para o lado da balança dos corpos viris e musculosos, e nem para o lado dos corpos gordos, apesar de haver uma maior inclinação para o primeiro polo. Esse tipo de corporalidade, dessa forma, torna-se até um produto consumido pelos demais, visto que em uma escala de predileção e rejeição, eles ocupam as posições medianas. Em relação às buscas por parceiros afetivos, a partir das características físicas e corporais, algumas respostas dadas foram:

Prefiro os magros, saudáveis. Acho importante que a pessoa seja como eu. Que se cuide *né*? Faça academia, e cuide bastante da sua alimentação (Caio, usuário do app Scruff, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 07/05/2018).

Normal o corpo, que não seja obeso! (Vinicius, usuário do app Grindr, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário e funcionário público, natural da cidade de Sapeaçu e sexualmente ativo. Entrevistado em 12/06/2018).

(...) E tem uns que, só porque faz uma academia, já se acha *padrão*, e só que pegar *padrãozinho* (João, usuário do app Hornet, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/05/2018).

Aqui só tem *padrãozinho*! Você tem que se encaixar no padrão deles, senão nem rola nada. Tem que ser *bombado* de academia, malhar, ter *gominho* na barriga (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

Se você for negro, afeminado ou gordo, dificilmente vai achar alguém que te queira. É a realidade! (Rafael, usuário do app Hornet, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 17/06/2018).

Há um gosto orientado pelos corpos tidos como “magros” e “saudáveis”, ao passo que o corpo tido como “normal” e “comum” é aquele que não é “gordo/obeso”, que não possui “excesso de gordura ou magreza”, sendo classificado como “esbelto” e “aceitável”, estando inserido nos padrões estéticos convencionais do corpo ocidental desejável (“homem padrão”, “padrãozinho”). Além disso, há a presença de um estilo de

vida e de práticas de consumo que reforçam a construção desse padrão hegemônico de corporalidade (que também agrupa os marcadores de gênero e raça), em detrimento da rejeição sumária dos corpos que não se encaixam nesse perfil.

2.7 – MARCADORES REGIONAIS DE IDENTIFICAÇÃO E BUSCA

Há séculos que escritores e estudiosos vêm caracterizando a região nordeste do Brasil, pela sua cultura e por seus habitantes. Em partes, o Estado da Bahia foi um dos responsáveis por levar o nome da cultura nordestina para os outros cantos do país, e, também, para o exterior, por meio de sua expressão bem específica de caracterização regional. Os baianos, em questão, tornaram-se famosos pelos seus sotaques, seus trejeitos, seus costumes e suas peculiaridades.

A caracterização do povo baiano foi historicamente regida pela imagem da “felicidade carnavalesca”, pela energia do axé (termo oriundo do candomblé que se transformou em um ritmo musical), pela “preguiça” da vida à beira mar e pela “sensualidade exacerbada”. A visão estereotipada da Bahia ainda se caracterizou pelo reforço da democracia racial, a imagem de negros e brancos convivendo de forma harmoniosa nesse território, imbricada na mesma visão em que todos os baianos possuíam “dendê no sangue”, em alusão ao “sangue negro” correndo nas veias. Essa tipificação, perpetuada durante décadas, dentro e fora do estado, deixou marcas expressivas no nosso modo de se relacionar, até os dias atuais, em especial na construção das masculinidades regionais e no desenvolvimento das sexualidades e das relações afetivas.

O Recôncavo, por sua vez, enquanto uma região majoritariamente negra e influenciada diretamente pela cultura afro-brasileira, foi palco de construções socioculturais, econômicas e políticas específicas dentro da cultura baiana. A imagem que ainda permanece da região é de um “lugar místico”, a “terra dos feitiços”, título dado em relação ao alto número de terreiros de candomblé no território. Além disso, o Recôncavo também continua sendo um palco de efervescência cultural, sediando uma série de festejos populares, tendo, a sua maioria, a influência das religiões de matrizes africanas e da cultura afro-brasileira. Com essa visão remanescente desde o período colonial, o Recôncavo se constrói a partir de um tipo peculiar de sociedade, que mescla o passado da Bahia Colonial com as novidades do presente cosmopolita, principalmente no que se refere aos desdobramentos da cibercultura.

Dessa forma, torna-se impossível pensar na construção das identidades da população do Recôncavo Baiano, sem refletir sobre as inúmeras influências socioculturais, internas e externas, oriundas desse passado específico e ressignificadas no presente, expressadas por meio de uma gama de performances de gênero, sexualidade, raça, entre outros. Uma dessas influências vigentes sobre o território trata-se do caráter regionalista-nordestino, expresso culturalmente sob diversas formas, em especial, através da literatura.

A literatura regionalista, até meados do século XX, foi responsável pela caracterização de uma variedade de personagens que ilustravam o imaginário social sobre a identidade do povo nordestino, em especial, por meio da figura clássica do “cabra macho nordestino”. Um homem visto como “embrutecido” pela violência, pela pobreza, pela seca e pelo sol, que vivia na zona rural da caatinga, no sertão nordestino, e trabalhava diretamente com a terra e com os animais. Essa construção de masculinidade, enquanto um tipo ideal, também, foi imortalizado através de figuras sinônimas como a do sertanejo e do *cangaceiro Lampião*, caracterizados como representantes da virilidade brasileira da época: heterossexual, forte e másculo, com o corpo calejado por trabalhos braçais desempenhados na roça, longe de qualquer intelectualidade (título esse conferido apenas aos “doutores”, que eram os homens brancos da elite nordestina). Esse último ponto, por exemplo, auxilia a caracterizar racialmente a própria figura desse *cabra macho*: entendido como um homem negro, de diferentes tonalidades – indo mais “escuro” ao mais “clarinho” - mas sempre negro.

Nesse período, a homossexualidade no Brasil do século XX ainda era vista enquanto um tabu, um desvio e/ou uma doença. No nordeste brasileiro, em particular sobre o corpo dos homens nordestinos, tornavam-se tudo isso “ao quadrado”. Pedagogicamente, era imprescindível ao homem nordestino ser macho ao extremo, criado a partir de diversas violências físicas e simbólicas, mostrando na “faca” a prova de toda a sua virilidade, através de todos os cortes profundos feitos com a feminilidade (já que o lugar da mulher era de submissão e subserviência ao homem na época). Qualquer desvio dessa figura, era um sinônimo de uma sentença de morte, e em muitos casos, de forma literal.

Durval de Albuquerque Junior (1999), por outro lado, mostra que apesar dessa condenação das práticas e dos sujeitos homossexuais, auxiliada pela valorização desse tipo regional supermasculino e da execração do feminino, havia uma outra face da homossexualidade masculina, presente no Nordeste, mas que era vivida de forma sigilosa:

Numa região onde a masculinidade é supervalorizada, o homoerótico, quando aparece, é como se fosse uma etapa de preparação para o ser masculino. Esta se assenta na própria admiração que os homens teriam uns pelos outros e a desqualificação que sofre a mulher. A centralidade do falo, nesta cultura, seria um dos elementos que levariam às práticas homoeróticas, que, no entanto, ao contrário do que é definido pelo conceito de homossexualidade, não constituíram uma contraposição ao ser masculino. Penetrar outros homens seria mais uma prova de virilidade e macheza. Submeter outro homem é reafirmar ainda mais o seu poder de macho. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 1999, p. 1257).

Nesse sentido, as práticas homoeróticas no Nordeste tornam-se instrumentos que reforçam a hierarquia e a hegemonia vigentes, reafirmando o poder masculino-viril e a própria cultura falocêntrica, subjugando o feminino e a identidade homossexual. Nas cidades do interior do nordeste brasileiro, culturalmente, tornou-se comum a prática sexual entre homens, principalmente na sua fase jovem (infância-adolescência)⁸², vista enquanto uma “brincadeira de criança” e, por muitas vezes, vivenciada sob caráter sigiloso. A valorização da prática, quando ocorria, se estabelecia apenas entre aqueles que adotavam posturas ativas nas relações sexuais, podendo, assim, até se vangloriar de tal performance entre os seus pares.

De modo geral, na cultura nordestina, até os dias atuais, o “homem de verdade”, o cabra macho em questão, será sempre aquele detentor do poder fálico e “penetrador por natureza”⁸³, penetrando em mulheres como regra, mas também em outros homens, principalmente entre os casos daqueles mais velhos para com os mais novos, enquanto ritos de iniciação à vida adulta, de forma análoga ao que ocorria na Grécia Antiga. O poder do *cabra macho*, assim, é validado não apenas através do seu corpo, mas também pelo seu discurso e pelas suas práticas.

Já na literatura baiana, outras formas de masculinidades também se fizeram presentes. Apesar de comportar essa típica masculinidade nordestina, a figura do homem

⁸² Com base nas entrevistas, os jovens do Recôncavo iniciam suas vidas sexuais ainda na adolescência, em média, em uma faixa dos 14 aos 17 anos. Muitos narraram “brincadeiras sexuais” entre meninos na infância, antes dos 10 anos, enquanto outros comentaram que a vida sexual precedeu a vida amorosa, o que inclui as práticas homoeróticas antecessoras a compreensão da própria sexualidade, enquanto uma identidade. Além disso, também houveram relatos sobre o comportamento afeminado durante o período da infância-adolescência, desacompanhado, por muitas vezes, das experiências sexuais e do pleno entendimento das identidades sexuais.

⁸³ Outro traço da cultura masculinista nordestina encontra-se, também, nas práticas sexuais penetrativas feitas por homens - de meninos a velhos -, em animais, como cabras, jêgues e galinhas. A prática, vista de forma banalizada por muitos na região, também repousa como uma espécie de “rito de passagem”, no bojo das diversas experiências sexuais masculinistas, quanto também pode se caracterizar como um instrumento de reprodução do poder fálico e uma prática de prazer (zoofilia).

baiano também era tida como a de um homem boêmio, fanfarrão, que vivia na “gandaia”, em uma imagem vista como mais urbana do que a do cabra macho, típico das zonas rurais da Bahia. Essa figura do homem baiano urbano do século XX foi desenhada enquanto aquele sujeito conhecedor de contos e músicas, muitas vezes visto como intelectualizado, e que vivia tanto nos dias ensolarados da *Bahia Praieira*, quanto nas noites dos bares e dos *bregas*. O homem baiano heterossexual, apresentado na literatura do século XX, era visto, também, como um homem tipicamente sedutor, sensual e sexual, que conquistava o coração das mulheres, tinha “gingado nos pés e nos quadris” e era “bom de cama”. A exemplo disso, temos a famosa ilustração do personagem Vadinho em *Dona Flor e seus dois maridos*, obra do escritor baiano Jorge Amado (2008b).

Jorge Amado, nesse cenário, foi uma das principais figuras que caracterizou, dentro e fora do país, a imagem estereotipada do homem baiano, quando não a representava em seu próprio corpo e comportamento. Também foi responsável por introduzir na literatura regional as novas figuras do universo masculino baiano, como: a homossexualidade presente em alguns membros do grupo de Pedro Bala, o “pederasta” Mariazinha e as diferentes práticas homoeróticas entre os meninos em *Capitães da Areia* (2008a); os homossexuais “afeminados” Miss Pirangi em *Gabriela, Cravo e Canela* (2012) e o garçom Greta Garbo em *Tereza Batista Cansada de Guerra* (2008c), ambos com nomes femininos e desempenhando funções nas tramas tidas como “de mulher”; e, por fim, o caso do rapaz Xandô que tinha “homófilas preferências sexuais”, era “doido por trabalhadores negros da usina” e que foi flagrado por seu tio tendo relações sexuais com outro homem, “sendo montado, servindo de mulher”, também em *Tereza Batista Cansada de Guerra* (AMADO, 2008c, p. 329-331)⁸⁴. Observa-se que a visão da homossexualidade nessas obras de Jorge Amado era, por muitas vezes, caracterizada enquanto uma inversão do gênero masculino, além das diversas associações a um desvio de conduta moral e ética, pecado e/ou como algo ridículo, passível de violências a zombarias⁸⁵.

⁸⁴ As obras citadas de Jorge Amado foram originalmente publicadas em: *Capitães da Areia* (1937); *Dona Flor e seus dois maridos* (1966); *Gabriela Cravo e Canela* (1958) e *Tereza Batista Cansada de Guerra* (1972).

⁸⁵ Para além dos romances citados, a homossexualidade e as práticas homoeróticas entre homens estavam presentes em diversas outras obras de Amado, assim como em outros escritores baianos e nordestinos do mesmo período, com diversas outras construções de masculinidades, sexualidades e raças no âmbito estadual e regional.

A partir disso, penso que o Recôncavo Baiano, por sua vez, mescla todas as tipificações idealizadas pelas diferentes fases da literatura regionalista, em especial: o cabra macho e a bicha afeminada, sendo ambos recortados, principalmente, por marcadores regionais e raciais. Esses personagens da cultura nordestina, ilustrados aqui a partir de tipos ideais weberianos, são oriundos de uma série de outras construções de masculinidades e sexualidades, em níveis locais, assim como aqueles mais gerais e exteriores. As ilustrações literárias do passado servem para orientar a visão de permanência desses estereótipos no território do Recôncavo Baiano, particularmente, a partir da apresentação dos perfis nos aplicativos de relacionamento, em um tipo supermasculino e viril e outro, oposto, superfeminino/afeminado, sendo ambos marcados por critérios regionais e raciais, em um movimento constante de contraposição e coexistência.

Visualizo nos aplicativos de relacionamento analisados a ocorrência desses dois tipos ideais de masculinidade, a partir de um quadro analítico: em um polo, há a figura do homem macho, visto como másculo, forte e viril, que possui “jeito de homem”, “voz de homem, grossa” e “pegada forte”. Desse polo, emerge uma linha, reta e contínua, que se estende até o outro ponto da extremidade, estruturando assim uma escala linear na construção das masculinidades presentes no Recôncavo e apresentadas nos aplicativos. No polo oposto, no outro extremo dessa linha, encontra-se a figura da bicha afeminada, entendida como feminina, frágil e espalhafatosa, aquela que “parece uma mulher”, que “tem voz fina” e que “fala mole”. Para Zago (2009, p. 148), o *homem afeminado* surge, então, como o antípoda simétrico do *homem macho*, encontrando-se em posições diametralmente opostas em um mesmo campo de relações de poder.

A linha que separa esses dois polos, esse *continuum*, se classifica como o lugar onde toda a variabilidade de masculinidade, possível e existente, é comportada, em uma série de conflitos, confluências e intersecções distintas com outros marcadores identitários, como, por exemplo, os homens afeminados, com corpos e comportamentos lidos como “femininos” e que, mesmo assim, desempenham práticas atribuídas ao *machão*, ou, também, nos casos dos homens lidos como “supermasculinos”, de corpos viris/sarados, que são sexualmente passivos, que falam “mole” e possuem o comportamento tido como afeminado.

Compreender a multiplicidade das masculinidades no Recôncavo por meio desse espectro é a chave para interpretar como a negritude pode coexistir tanto nos homens que desempenham as performances da figura do homem supermasculino/hiperviril, visto que

essa é uma característica atribuída aos homens brancos, ou como os homens negros afeminados podem agenciar suas identidades em um ambiente, como os aplicativos de relacionamento, onde a branquitude e o heterossexismo imperam, tornando-se dois dos principais capitais simbólicos acionados nessas formas de interação virtual.

De acordo com o material empírico obtido, as trajetórias dos usuários são permeadas por essas duas figuras, tão inculcadas no imaginário social homossexual contemporâneo, principalmente através fatores socioculturais e midiáticos⁸⁶.

Me classifico como macho! (...) Não tenho preferência. Só não curto homens afeminados. Nada contra, só não curto me relacionar sexualmente com afeminados (Iago, usuário do app Scruff, 26 anos, negro, bissexual, solteiro, servidor público, natural da cidade de São Felipe e sexualmente versátil. Entrevistado em 15/04/2018).

Sou bem macho! Sou cabra macho! (Caio, usuário do app Scruff, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 07/05/2018).

Tem aqueles que se acham machões e que colocam no perfil que não curte afeminados, afetados e outras coisas que eles chamam. Eles acham que falando isso ou querendo isso, fazem parecer como se fossem mais homens do que os outros (João, usuário do app Hornet, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/05/2018).

Como aqueles que não curtem afeminados também e os tratam mal! Porque ser feminino aqui é errado (...) Já fui tratado mal aqui. O cara conversou bastante comigo, *tava* boa a conversa. Estávamos até marcando de se encontrar. Até que eu disse que era um pouco afeminado. *Daí* ele parou de falar no exato momento em que disse isso. E começou a me ignorar. Acho que ele me bloqueou também. Eu me senti estranho com isso. Achei feio da parte dele! Isso ocorre muito por aqui! (...) Os afeminados não são valorizados. A maioria dos perfis tem: “Não aos afeminados!” (Ricardo, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 20/03/2018).

Nada contra, mas pessoas másculas que não sejam afeminadas pelo menos um pouco. É questão de gosto, atração mesmo (Junior, usuário do app Grindr, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante nível técnico e vendedor, natural da cidade de Santo Amaro e sexualmente versátil. Entrevistado em 23/05/2018).

Acho que há uma forma violenta, agressiva de se dizer o que se prefere. Tem pessoas que não curtem afeminados, e dizem isso de forma agressiva, tipo, “afeminados nem tentem”, “afeminados não tem vez”, “afeminados vão para o próximo perfil”. Coisas deste tipo... (Rômulo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 22/05/2018).

⁸⁶ Entre os vinte colaboradores desta pesquisa, apenas dois usuários se identificaram enquanto “afeminados”. Três deles informaram que “buscam ou se relacionam com afeminados”. Os dados corroboram com os mesmos observados por Zago (2009), em que nesse tipo de pesquisa há um número mínimo de perfis que se apresentam enquanto “afeminados” ou possuem “preferências por afeminados”, em virtude da heteronormatividade vigente na estrutura dessas mídias.

Toda vez que leio “não curto afeminados”, me embrulha o estômago. Todo gay tem um nível de feminilidade, ninguém escapa dos trejeitos, e tem uma *porrada de viado* se fazendo macho. Acho isso errado! (Rafael, usuário do app Hornet, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 17/06/2018).

Como salientado anteriormente, a frase de Caio é emblemática nesse sentido, de enfatizar a construção específica do gênero e da sexualidade no contexto regional. Para além de se classificar como gay ou como homem, para Caio, e, também para Iago, era importante frisar o quão “macho” ele era, já que tal elemento detém de um valor constitutivo especial nas relações virtuais estabelecidas, um bem a ser consumido pelos demais nesse campo afetivo. Para Badinter (1993), a masculinidade hegemônica é definida por meio de exclusões, enquanto “por evitar alguma coisa”, principalmente no que diz respeito aos desejos. Assim, “ser homem” nos padrões normativos significa “não ser feminino”, “não ser homossexual”, “não ser dócil, dependente ou submisso”. Dessa forma, o comportamento afeminado passa a ser condenado, tanto na aparência física, quanto em suas práticas.

Em relação à abjeção sumária dos sujeitos afeminados, presentes na maioria dos discursos, tanto em níveis de apresentação e autoidentificação, quanto nas relações e nos critérios de busca, se observa que a qualquer sinal de afeminamento, as interações nos aplicativos tornam-se passíveis de serem findadas. Enquanto uma cultura emergente nos aplicativos, os perfis são construídos sob as lógicas normativas de gênero e sexualidade, disseminando discursos e práticas contaminadas pelo machismo e pela aversão aos afeminados. As políticas visuais e discursivas utilizadas nesses espaços são de exclusão desses usuários (“não curto afeminados”), ao passo em que há a supervalorização constante daqueles que se enquadram no padrão estabelecido de macho, ligado à heteronormatividade e à masculinidade na sua forma hegemônica. Percebe-se, assim, as denúncias das violências simbólicas expressas contra as pessoas afeminadas no interior dos aplicativos de relacionamento, manifestadas nas opiniões de João, Rafael, Ricardo e Rômulo sobre as apresentações e os critérios de busca na região.

Nessa medida, identifico o interesse dos homens que estão geolocalizados no território do Recôncavo Baiano a partir de três hipóteses. A primeira se orienta a partir do gosto racializado, como já citado, visto que toda busca passa pelo processo de orientação a partir de marcadores raciais, em um sistema de inclusão e exclusão pautado na branquitude, apesar do próprio território ser composto por maioria negra. A segunda

hipótese consiste no intenso fluxo de homens jovens, enquadrados na categoria sociológica Geração Z, devido à presença de diferentes universidades na região, alocando jovens universitários nativos da região e estrangeiros (de outras cidades da Bahia e de outros estados), organizando uma gama de diferentes tipos de masculinidades nesse território (entre brancas, negras, heteronormativas, afeminadas, entre outros), movimentando, assim, o funcionamento dos aplicativos. A terceira hipótese, diz respeito a essa dinâmica de diferentes corpos e comportamentos masculinos, por meio da reafirmação dos padrões estabelecidos, no caso o “macho” e o “afeminado”, coexistindo, ao mesmo tempo, ao lado de outras agências e apresentações de masculinidade, sexualidade, comportamento afetivo, raça, classe e cultura, nessa mesma região.

Em conformidade com os elementos teóricos e empíricos, foi possível constatar que tais hipóteses se materializavam no território analisado: tanto por meio da busca racializada, pela reafirmação dos padrões masculinos de ação e comportamento, e pela busca por aqueles jovens que se encontram geograficamente mais próximos; quanto na constituição de um campo afetivo próprio, ligando o território físico ao ciberespaço, promovido pelos aplicativos de relacionamento, movimentando as diferentes formas de masculinidades presentes na região.

De forma sintética, para Connell e Messerschmidt (2013, p. 267), as masculinidades são construídas, empiricamente, em três níveis: locais - construídas nas arenas da interação face a face, como no interior das famílias, das organizações, comunidades imediatas e das cidades; regionais - construídas no nível da cultura de uma região, território, estado ou de uma nação; e globais: construídas nas arenas transnacionais das políticas mundiais, da mídia e do comércio. Em relação às masculinidades regionais, compreende-se que são simbolicamente representadas através da ação recíproca de práticas masculinas locais específicas, variantes no tempo e no espaço, que possuem significância em termos regionais.

Como as construções das masculinidades também são processos relacionais, dessa forma, o Recôncavo não apenas constrói formas específicas de masculinidades locais, racializadas por excelência, mas também se complementa com as formas ligadas aos fatores distintos de uma cultura mais globalizada, simultaneamente enquanto masculinidades regionais e globais, abrigando novas identidades, novos corpos e novas agências, que auxiliam nessa recomposição da paisagem afetiva da região. Em relação à soma de tais hipóteses, há a ilustração a partir das opiniões obtidas nas entrevistas:

Tem os universitários da UFRB que são mais de papo né? Em relação ao povo da cidade mesmo. Você sente a diferença de quem é local e quem veio de fora. (Arthur, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 20/04/2018).

Prefiro negros. Questões de atração! Os homens do Recôncavo *tem* de diferencial a raça, cor da pele. A maioria dos caras aqui são negros. Como eu não sou dou daqui, mas *tô* morando aqui há quase um ano, consigo enxergar isso. (Leonardo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante de universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 27/05/2018).

Usando o aplicativo fica mais fácil de encontrar os homens da região. De ficar *de olho nos boys* que estão por perto (...) *Santo Antonio, Cruz, São Felix, Cachoeira, Nazaré, Maragogipe, Conceição do Almeida* (João, usuário do app Hornet, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/05/2018).

Prefiro os mais próximos. Daqui de *Cruz, Cachoeira* ou outras cidades do Recôncavo mesmo. Porque fica mais fácil *pra* se encontrar, ter algo a mais (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

Uso os filtros de distância, busco pelos que estão mais próximos. Prefiro me relacionar com as outras pessoas das cidades do Recôncavo mesmo, cidades vizinhas (Vinicius, usuário do app Grindr, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário e funcionário público, natural da cidade de Sapeaçu e sexualmente ativo. Entrevistado em 12/06/2018).

Busco por caras na região. Aqui em *Cruz, Sapeaçu, Conceição do Almeida, Governador Mangabeira, Muritiba e Cachoeira* (Tomaz, usuário do app Grindr, 26 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 19/06/2018).

A fala de Arthur expressa como os usuários dos aplicativos desenvolveram a habilidade de reconhecer quem é da região e quem não é, seja pela frequência de quem aparece no aplicativo, ou pelas características culturais típicas de quem habita esse território. Arthur, que também era estudante universitário, enxergava outra distinção entre os estudantes da UFRB e os homens nativos, principalmente, a partir das diferenciações existentes na comunicação. Assim como ocorre nas preferências de Micael e João, optando por aqueles que estavam geograficamente mais próximos, residentes em outras cidades do Recôncavo.

A busca por usuários que se localizam no mesmo território/na região próxima, pode ser explicado através de uma série de fatores. Um desses fatores é identificado por Leonardo através da raça. Oriundo de outro estado, Leonardo estava morando há quase um ano na região e já conseguia distinguir a paisagem racial do Recôncavo de outros

locais. “Os homens do Recôncavo *tem* de diferencial a raça, cor da pele”, o que correspondia a sua preferência racializada na busca por homens negros. Na imagem abaixo, há a ilustração de dois perfis que se identificam enquanto “baianos” e o caráter racializado associado à identificação:



Figura 27: Perfis de usuários dos aplicativos Grindr (à esquerda) e Scruff (à direita), geolocalizados no Recôncavo Baiano.
Fontes: Apps Grindr e Scruff.

A preferência da maioria dos entrevistados era de se relacionar com aqueles homens que estavam geograficamente mais próximos, inseridos na área territorial do Recôncavo Baiano⁸⁷, principalmente por certa diferenciação surgir entre os homens gays metropolitanos e aqueles dos interiores, sobretudo entre os homens gays nativos do Recôncavo. Fora o eixo do Recôncavo Baiano, as buscas também se estendiam até as cidades de Salvador (capital baiana) e as demais cidades da Região Metropolitana de Salvador (RMS), assim como a cidade de Feira de Santana (a segunda maior cidade da Bahia) e a sua respectiva Região Metropolitana (RMFS)⁸⁸.

A busca por aqueles que estão mais próximos torna-se o grande diferencial dos aplicativos de relacionamento, perante os antigos sites. Por serem geolocalizados, graças

⁸⁷ Dos vinte entrevistados: quinze afirmaram que preferem se relacionar com aqueles que se encontram “por perto”, principalmente dentro do território do Recôncavo Baiano, por meio das cidades vizinhas. Três usuários afirmaram que não tinham preferência e dois por aqueles que se encontravam geograficamente mais distantes. As noções de perto e longe foram atribuídas pelos próprios entrevistados, sendo que de forma geral, o “perto” se caracterizava como “dentro do Recôncavo” e “longe” como de “fora do Recôncavo”, incluindo as regiões metropolitanas de Salvador e Feira de Santana.

⁸⁸ As cidades citadas pelos entrevistados que compõem a RMS foram: Camaçari, Candeias e Lauro de Freitas. Já as cidades citadas que compõem a Região Metropolitana de Feira de Santana foram: São Gonçalo dos Campos e Conceição da Feira.

aos desdobramentos da mobilidade e da desterritorialização, permitida pelos smartphones conectados à rede, os aplicativos passaram a incentivar as buscas por aqueles que estão por perto, quer moram ou circulam pela região ou bairro em que se vive (MISKOLCI, 2014, p. 285). Os aplicativos de relacionamento tendem a aproximar as pessoas, principalmente os LGBTQs que vivem nas periferias, nas cidades pequenas e médias ou nas zonas rurais, em uma realidade inovadora, e até então impossibilitada, tanto para a região, quanto para esse grupo em específico.

Desde a primeira fase da internet comercial, no período dos primeiros sites de relacionamento, que aproximavam as pessoas de locais extremamente distantes, que se tornou popular a frase “Olá, tc de onde?”. A abreviação “tc” refere-se ao termo “teclar”, que consiste na ação de conversar/interagir através da digitação por meio de um teclado, como os dos computadores de mesa (*desktops*). Como as trocas de mensagens eram feitas exclusivamente por via escrita, sem o auxílio de imagens, vídeos ou áudios, em um período onde o GPS não se encontrava integrado as tecnologias de comunicação, era comum haver tal questionamento, a fim de identificar quem estava do outro lado da conversa.

Mesmo com os avanços tecnológicos e a inserção de novas opções comunicacionais e de georreferenciamento, a pergunta continuou sendo utilizada, principalmente no cenário dos aplicativos de relacionamento, onde a informação da geolocalização é dada, por muitas vezes, somente por quilometragem, ficando a critério do usuário informar em seu perfil a sua localização exata (a cidade, bairro ou local específico naquele determinado momento de consumo). Como as mídias digitais são conhecidas pela mobilidade e pela desterritorialização, os locais onde os usuários podem acionar os aplicativos são múltiplos: de diferentes estados e cidades, salvo os locais onde residem, para diferentes espaços, como na rua, na universidade, na praça, em festas, entre outros.

Para além das hipóteses citadas, os fatores acionados pelos colaboradores desta pesquisa na hora da busca por parceiros afetivos eram: a distância e de que forma ela iria impactar nos encontros; as condições financeiras para sustentar o deslocamento e os encontros; e, primordialmente, a necessidade de haver um *local* para os encontros, descrito por muitos como um lugar discreto e privado, longe dos olhares conservadores da população interiorana. A expressão “local” se popularizou entre a comunidade LGBTQ, em referência aos lugares de encontro, com fins afetivos, mas sumariamente sexuais (principalmente entre os homens gays). Como a população sofreu ao longo de

décadas com a condenação moral das sociedades conservadoras, através de violências físicas e simbólicas nas vias públicas, historicamente a vivência afetiva das pessoas LGBTQ foi, e ainda é, de ocupar os “bastidores sociais”, remanescendo, em sua maior parte, no privado, dentro de casa, entre quatro paredes. Como o Recôncavo ainda resguarda traços de uma cultura conservadora, muitos dos LGBTQs da região preferem (ou se sentem obrigados), assim, a se relacionar afetivamente apenas nos “locais”, no interior das casas, ou em hotéis/pousadas, longe dos espaços públicos, como uma tentativa de evitar as possíveis violências e represálias.

Geralmente marco em locais públicos para conversar, e se rolar algo dali mesmo já vamos transar, geralmente na casa do *boy*. Prefiro aqueles que tem local, já que não tenho (Junior, usuário do app Grindr, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante nível técnico e vendedor, natural da cidade de Santo Amaro e sexualmente versátil. Entrevistado em 23/05/2018).

Perto. Quanto mais perto, melhor! Prefiro das cidades da região mesmo, Cachoeira, Gov. Mangabeira, Muritiba ou até de Cruz mesmo (...) mais fácil pra se encontrar pela distância ser menor, o deslocamento fica mais fácil (Antonio, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/ativo. Entrevistado em 20/03/2018).

Difícil se relacionar aqui. A cidade é pequena, infelizmente, todo mundo se conhece. Por isso não marco muitos encontros aqui. Prefiro me deslocar *pra* outra cidade, só que próxima, as cidades vizinhas (Vinicius, usuário do app Grindr, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário e funcionário público, natural da cidade de Sapeaçu e sexualmente ativo. Entrevistado em 12/06/2018).

Como disse, é complicado para os caras gays se relacionarem em cidades pequenas, do interior. Difícil saber quem é gay, grande parte é enrustido. Então, o aplicativo é uma forma de viver o que não é possível fora, no dia a dia (Arthur, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 20/04/2018).

O Recôncavo Baiano, apresentado para os usuários dos aplicativos de relacionamento, emerge como uma grande comunidade, um campo de interações simbólicas, visto que ele promove uma nova forma de socialização para esses homens, até então impossibilitada pelo conservadorismo vigente. A presença da região no aplicativo é uma forma de agenciar as diferentes formas de masculinidades presentes no território, agrupadas em uma seção, disponível tanto para aqueles que habitam esse local, quanto para aqueles usuários que estão desfrutando do território por um determinado

tempo (os usuários *flâneurs*)⁸⁹. O Recôncavo Baiano ilustrado por meio dos aplicativos instaura uma nova economia afetiva para os homens gays que estão na região, estruturando um novo e complexo campo afetivo e de consumo.

⁸⁹ Durante a realização das entrevistas, alguns usuários relataram os períodos de “movimentação” nos aplicativos, em correlação com os períodos de festas populares na Bahia, como o carnaval no começo do ano e os festejos de São João em junho. A dinâmica traz tanto os usuários *flâneurs* que se encontram nessa região durante aquele período, quando também motiva a reintrodução dos antigos perfis da região, no intuito de desfrutar dessa nova paisagem afetiva em contraposição com a constante saturação dos perfis fixos no território.

CAPÍTULO 3 – A CONSTITUIÇÃO DO CAMPO AFETIVO

3.1 – O CAMPO AFETIVO: TEORIAS E IMPLICAÇÕES PRÁTICAS

A antropóloga Larissa Pelúcio, ao prefaciá-la obra de Richard Miskolci (2017), afirma que os aplicativos inserem os seus usuários em um regime de cálculo capaz de otimizar as interações e os encontros, em uma administração de tempo, espaço, lazer e prazer, regulados por capitais afetivos diversos. Ao pensar que tais usuários estão inseridos em um campo afetivo específico, que mescla os elementos da afetividade homossexual contemporânea com as agências promovidas pela era de cibercultura, compreendo de forma sistemática os principais caracteres que constituem as suas trajetórias afetivas nesses espaços virtuais.

O sociólogo francês Pierre Bourdieu (1930-2002), ao longo da sua trajetória científica, se dedicou aos estudos do mundo social simbólico e seu *modus operandi*, em especial, a partir de três conceitos centrais: *habitus*, capital e campo. Primeiramente, Bourdieu classifica o *habitus* como:

Sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isto é, como princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente “regulamentadas” e “reguladas” sem que por isso sejam o produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim, sem que se tenha necessidade da projeção consciente deste fim ou do domínio das operações para atingi-lo, mas sendo, ao mesmo tempo, coletivamente orquestradas sem serem o produto da ação organizadora de um maestro (BOURDIEU, 2007a, p. XL).

Dessa forma, o *habitus* seria o condicionante que conforma e orienta a ação, princípio gerador de representações e práticas, enquanto um produto direto das relações sociais estabelecidas, assegurando, assim, suas reproduções. Cada agente é produtor de sentido objetivo, porque suas ações e obras são produtos diretos desse sistema. A interiorização pelos agentes dos valores, dos julgamentos, das normas e dos princípios sociais asseguram, conseqüentemente, a adequação entre as ações do sujeito e a realidade objetiva da sociedade como um todo.

O *habitus*, assim, é entendido como uma subjetividade socializada, um conjunto sistemático de disposições morais, de princípios práticos, de ações corporais, de modos específicos de pensar e perceber. Pressupõe um sistema de classificações e de representações sociais, em referência a um grupo ou classe, mas também em termos

individuais. Esse processo implica sempre na internalização da objetividade, que ocorre de forma subjetiva, mas que não pertence exclusivamente ao domínio da individualidade. Os indivíduos internalizam as representações objetivas, estruturadas no campo, segundo as posições sociais de que efetivamente desfrutam (ORTIZ, 1983, p. 17-18).

A partir disso, Bourdieu (2007b, p. 65-66) delimita o campo enquanto um espaço onde as posições dos agentes se encontram *a priori* fixadas. É o *locus* relativamente autônomo, onde os agentes travam uma luta concorrencial, em torno de interesses específicos (status, prestígio, aceitação social, hegemonia, dominação, entre outros), que caracterizam a área em questão. Os agentes e grupos de agentes (ou classes) são, assim, definidos pelas suas posições relativas e hierarquizados nesse espaço, estruturados a partir das distintas formas de disputas pelo poder. Cada um deles se encontra acantonado numa posição ou numa classe precisa de posições vizinhas, em determinadas regiões, nesse mesmo espaço social (BOURDIEU, 2007b, p. 133).

Compreender a gênese social de um campo é apreender aquilo que se faz, a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas que nele se geram (BOURDIEU, 2007b, p. 69). O campo se particulariza como sendo esse espaço social onde se manifestam as relações de poder realizadas pelos agentes, que se encontram em disputas a partir de interesses diversos, estruturado em torno de uma distribuição desigual de um determinado *quantum* social, que define a posição que cada agente, especificamente, ocupa em seu seio.

Para Bourdieu (2007b, p. 134), esse *quantum* social, denominado “capital”, representa a hierarquia de valores dos interesses presentes em um campo, a qualidade atribuída àquilo que está em jogo. O capital pode existir tanto no estado objetivado, em forma de propriedades materiais, ou no estado incorporado, em que representa uma determinada qualidade em disputa de poder sobre um campo, em um dado momento. Cada campo, ou subcampo, é definido por uma espécie de capital específico (ou por diversos capitais acionados em conjunto), funcionando como uma forma de poder desenvolvida nas relações entre os agentes, assim como uma peça em jogo.

Dessa forma, cada campo passa a desfrutar de sua própria lógica: por meio de seus objetos, de sua hierarquia particular e dos capitais específicos que são acionados. Em sua tese, Bourdieu (2007a; 2007b) afirma que há uma série de capitais, específicos para cada campo, dentre eles: o capital econômico, através dos poderes aquisitivos, dos materiais econômicos e das possibilidades financeiras de acesso e consumo; o capital cultural, que compreende os conhecimentos e habilidades culturais; o capital social, constituído pelas

formas de relacionamento, pelas habilidades comunicacionais e pelas redes de contatos; e o capital simbólico, conferido por meio dos signos distintivos atribuídos as coisas, por vezes entendido como prestígio, honra, reputação, fama, entre outros. Nos cenários de intersecção entre os campos, os capitais são acionados de diversas formas, desde os casos em que há sobreposição de um determinado capital sobre os demais, para outras situações, em que se permanecem os conflitos e as confluências entre os capitais em jogo.

A estrutura do campo⁹⁰ pode ser apreendida a partir das posições ocupadas pelos agentes, principalmente entre aqueles entendidos como dominantes e dominados nesse sistema social. Os dominantes são aqueles que possuem uma quantidade superior de capital, necessária para alcançar a hegemonia em um determinado campo, enquanto os dominados são aqueles que possuem uma quantidade mínima de capital, necessária para a sua permanência no interior de um campo. A estratégia dos agentes, portanto, se orienta em função da oposição que eles detêm dentro desse espaço, pautando as suas ações a partir da “maximização dos lucros”, investindo e acumulando capitais específicos para o devido funcionamento do campo (ORTIZ, 1983, p. 21-22).

De forma sintética, os campos são espaços sociais, relativamente autônomos, regidos por leis próprias, compostos por uma série de posições de agentes hierarquizadas, reguladas pelos *habitus* dos agentes e legitimadas pelos capitais envolvidos. Nesta perspectiva, os agentes dominantes reforçam suas posições por meio das suas habilidades em influenciar as regras do jogo, enquanto mecanismos de controle social, mediante os quais o campo é estruturado. No campo, todos os agentes estão de acordo sobre as regras estabelecidas e seu consequente funcionamento, a partir dos sistemas simbólicos de classificação: “bom/ruim”, “permitido/proibido”, “belo/feio”, “desejado/rejeitado”.

Em um determinado campo, os agentes lutam para manter sua posição, seguindo as "regras do jogo", seja por meio das estruturas que regulam o mercado, ou de acordo com as definições estabelecidas de sucesso e fracasso. O sucesso em um campo se configura no resultado de uma trajetória de esforços, seguindo as regras de forma eficaz e/ou estrategicamente, usando-as em benefício próprio. O fracasso, por sua vez, pode ser

⁹⁰ Há similaridades analíticas entre a teoria dos campos sociais de Bourdieu com a teoria das esferas sociais de Max Weber. Ao explicar o processo de racionalização na modernidade, Weber (1997) delimita uma esfera como um espaço social racional, estratificado a partir de suas especificidades, como, por exemplo, a esfera econômica, a esfera política, a esfera intelectual e a esfera estética. Em especial, chamo a atenção para o que Weber discorre sobre a esfera erótica, uma confluência entre o amor, a racionalidade e a sexualidade.

entendido como uma impossibilidade de atingir tais objetivos, frustrando as expectativas esperadas na trajetória de um agente.

O conceito de trajetória, traçado por Bourdieu (2007a; 2007b), procura articular as noções de campo e *habitus*, na medida em que analisa os eventos sucessivos vividos pelos agentes, a partir das posições ocupadas no campo. O *habitus* é construído (e reconstruído) por meio desse caminho trilhado e pelas experiências consequentes. Para analisar uma determinada trajetória de um agente em um campo é necessário resgatar os fatos de sua biografia, as práticas vivenciadas e as disposições que fundaram as suas respectivas práticas.

Metodologicamente, emprego o modelo analítico proposto por Bourdieu para uma compreensão mais ampla sobre o consumo de aplicativos de relacionamento pelos jovens no Recôncavo Baiano. Pelas próprias noções de mercado, acionadas pelo imaginário social sobre os aplicativos, em conjunto com as construções modernas de afetividade, padrão estético, masculinidade e sexualidade, considero que há a existência de um grande campo social e simbólico, no qual os aplicativos são inseridos e os seus usuários são posicionados a partir dos diferentes *habitus*, capitais e trajetórias em jogo, a partir das diversas relações de poder desenvolvidas nesses espaços.

Dessa forma, compreendo essas relações sociais desenvolvidas nos aplicativos de relacionamento em questão enquanto interações simbólicas que compõem um campo específico para esses sujeitos: o campo afetivo. O esboço de uma teoria do campo afetivo, de uma análise complexa das práticas afetivas, serve, a este respeito, para compreender como estão constituídas as relações sociais entre os usuários dos aplicativos de relacionamento, em particular no contexto do Recôncavo Baiano, tanto nas vias de apresentação, quanto nos elementos que se encontram no interior da estrutura, a partir dos contatos desenvolvidos sob ordem amistosa, amorosa e/ou sexual⁹¹.

Compreendo o campo afetivo, instituído para os usuários dos aplicativos de relacionamento, enquanto uma intersecção de três outros campos: o campo das relações amistosas, o campo das relações amorosas e o campo das relações sexuais. Enquanto três subcampos distintos, homólogos e relativamente autônomos, eles formam as linhas constitutivas das relações sociais estabelecidas nesse campo mais geral. As zonas de intersecção, formadas pelos entrecruzamentos dos campos citados, referem-se às margens

⁹¹ De certo modo, não pretendo fracionar o “sexual” do “afetivo”, englobando as três linhas (amizade, amor e sexo) na composição da noção de afetividade utilizada nesta dissertação.

borradas entre as linhas afetivas, como, por exemplo, os relacionamentos amorosos e sexuais, ou as “amizades coloridas”⁹².

Sendo assim, os usuários dos aplicativos detêm *habitus* específicos, enquanto um sistema de disposições, orientando-os tanto no próprio consumo das plataformas, o que inclusive explica suas motivações de uso, assim como o processo de comoditização (ou também visto como “comodificação”) do usuário no ambiente on-line e as demais ações e interações envolvidas nesse espaço⁹³. Essas disposições são estruturadas pelas práticas, que também estruturam as novas práticas, enquanto um sistema cíclico. Logo, o usuário de um aplicativo de relacionamento interioriza os valores e as normas vigentes, desenvolvendo formas estruturais de classificação, distinção e julgamento, e por meio desse *habitus*, adequam as suas ações sociais afetivas na busca por parceiros, amistosos, amorosos e/ou sexuais.

Os *habitus* dos usuários, estruturados nesse campo afetivo, seriam entendidos, assim, enquanto construções sociais simbólicas, especificamente requeridas por meio de práticas e representações, engendradas de forma necessária para o estabelecimento afetivo desses homens gays no meio on-line, a partir de disposições, como: o conhecimento de uma gramática própria, as técnicas e habilidades de sedução e erotismo, assim como os processos de comodificação e autopublicidade, além dos sistemas de classificação estética, de performances sexuais e de representação corporal (*héxis*)⁹⁴.

As posições assumidas nesse campo afetivo são diversas: dos novatos até os veteranos; dos socialmente aceitos e estabelecidos aos *outsiders*, aqueles que não se encaixam nos padrões estipulados; das posições defendidas pelas diferentes preferências afetivas e pelas distintas formas de relacionamento (“só sexo”, “namoro”, “amizade colorida”, entre outros); as posições assumidas a partir dos diferentes elementos identitários que o usuário carrega, como, por exemplo, o lugar que brancos, negros e mestiços ocupam nessa estrutura; as distintas performances de gênero e sexualidade (as posições ocupadas pelos homens viris/m másculos, pelos homens afeminados e pelas diversas outras formas de expressões sexuais); as diferentes posições grupais, definidas

⁹² De forma análoga, a noção de campo (e subcampo) aqui atribuída se assemelha a imagem de esferas e conjuntos, que se interseccionam.

⁹³ Weber (1997) também aborda a ação afetiva (ou ação social emocional), enquanto uma ação social orientada por emoções, vinculada aos hábitos e costumes sociais, envolvendo impulsos e sentimentos, como o amor, o ciúme, a raiva e a paixão.

⁹⁴ Bourdieu classifica a *héxis* enquanto um sistema de disposições corporais, estruturas sociais que são corporificadas, representadas por meio de posturas, expressões corporais e demais usos dos corpos.

pelas gerações/faixas etárias; a hierarquia existente entre os corpos “sarados”, tipo “padrãozinho” e os anticorpos (gordos, velhos, magros), entre outras marcações.

Os usuários se encontram em luta concorrencial simbólica pelo poder, em busca de alcançar status e aceitação social, afirmar posições e obter prestígio, no intuito de continuar consumindo naquele espaço, ou seja, de continuar se relacionando afetivamente com os demais usuários presentes nos aplicativos. A consequência disso é uma corrida social pela hegemonia, no desenvolvimento de um sistema próprio de dominação (os perfis hegemônicos/*padrãozinhos* x excluídos/indesejados), e as consequentes violências simbólicas existentes, sob diversas ordens. Antes de tudo, essas relações afetivas estabelecidas através da busca por parceiros em mídias digitais on-line são, também, relações de poder.

Nesse cenário, o campo afetivo estruturado para os usuários dos aplicativos de relacionamento, em especial para aqueles homens que se encontram geolocalizados no Recôncavo Baiano, está articulado em torno de capitais afetivos específicos, que somam todos os outros tipos de capitais desenhados por Bourdieu: econômico – no acesso à internet, na aquisição de um smartphone, na exibição de imagens que acionam o poder econômico dos usuários, como fotos em viagens, com carros, joias, roupas de marca, etc.; o capital social – nas habilidades comunicacionais acionadas, domínio de um linguajar específico, técnicas de sedução e erotismo; o capital cultural – apresentado por meio dos gostos, dos hobbies, das preferências, dos estilos de vida; e o simbólico – que aciona todos os capitais anteriores, objetivados na busca por aceitação, reconhecimento, prestígio. Todos esses capitais são instaurados nas buscas afetivas, enquanto qualidades elencadas, a fim de obter interações afetivas diversas (amizade, amor e/ou sexo) nos aplicativos.

De acordo com as “regras do jogo” nesse ambiente afetivo, orientadas a partir das estruturas de mercado e consumo, os usuários trilham trajetórias afetiva, que podem resultar em êxitos ou fracassos, em contextos momentâneos ou contínuos. O “sucesso no aplicativo” pode ser entendido através da trajetória do usuário que consegue desempenhar as expectativas estipuladas pela estrutura, como os homens supermasculinos que se enquadram nos padrões sociais hegemônicos de geração, corpo, gênero, sexualidade e raça, correspondendo com as exigências necessárias para ser consumido pelos demais, alcançando, assim, os seus objetivos na busca por parceiros, nas mais diversas linhas. O mesmo não ocorre com aqueles que não se adequam aos padrões exigidos, fadados, em muitos casos, a uma trajetória afetiva fracassada nesse campo. Compreendo que as

posições de êxito e fracasso não são fixas, logo, estão se modificando durante a trajetória de um usuário nessas plataformas digitais, ao longo de todo o seu uso.

Por fim, ainda por meio de Bourdieu (2008), interpreto o *habitus* enquanto uma estrutura estruturada e estruturante, um sistema de disposições geradoras de práticas e representações, que também orientam os gostos e as preferências de consumo, organizando os estilos de vida adotados, seja por indivíduo ou por uma classe inteira, enquanto um sistema de práticas classificadas e distintivas. Para Bourdieu (op. cit.), o gosto constitui no meio principal de organização e distribuição dos capitais simbólicos. Define-se pelas formas como os indivíduos se apropriam dos bens e serviços, elencados por meio de suas preferências, enquanto produtos diretos de seus *habitus* (WOODWARD, 2009, p. 49). Dessa forma, o gosto torna-se evidenciado nas escolhas e nas formas específicas de consumo, se configurando enquanto uma representação social das práticas simbólicas.

A expressão de um gosto diz respeito a todo um código social, definido por meio de um esquema de classificações, consciências e estilos de vida, que comunica, classifica e posiciona os indivíduos socialmente (BOURDIEU, 2008, p. 165). O gosto classifica tudo e todos, inclusive o próprio classificador, visto que as preferências de consumo e os estilos de vida envolvem julgamentos discriminadores que identificam o próprio gosto, passível de ser classificado e julgado pelos demais.

As constelações específicas de gosto, as preferências de consumo e os estilos de vida estão associadas a *habitus*, posições, trajetórias e classes específicas. Para Bourdieu (2008, p. 164), o estilo de vida classifica-se enquanto um produto sistemático definido tanto pelo gosto, quanto pelo seu respectivo *habitus*. Por meio desta categoria, os membros dos grupos buscam pertencer ao mesmo núcleo e assemelhar-se, principalmente por meio das práticas de consumo, além de explicitar as distinções e fronteiras existentes em relação aos outros grupos.

Por meio do gosto e do estilo de vida, torna-se possível a análise da trajetória de um indivíduo em um determinado campo, principalmente no âmbito das relações de consumo. No cenário dos aplicativos de relacionamento, ao definir o processo de busca e seleção de parceiros a partir da “questão do gosto”, o usuário, automaticamente, evidencia que está inserido em uma teia de significados, classificações e distinções, tanto por meio da posição de classe que ocupa, quanto pelos traços de sua trajetória individual, lhe orientando a optar por x ao invés de y. No ambiente dos aplicativos, em que os usuários são dispostos em uma lista, como se fosse um “cardápio”, o gosto torna-se o instrumento

de classificação, hierarquização, distinção e seleção para esses homens, definindo-os entre desejados x indesejados, aceitos x excluídos.

Dessa forma, os gostos e os estilos de vida são categorias sociológicas imprescindíveis para o estudo dos distintos grupos que compõem esse espaço, e as respectivas posições que seus membros ocupam enquanto usuários desse serviço on-line. Além disso, as classificações pautadas no gosto socialmente construído e subjetivamente diferenciado tornam-se essenciais para a compreensão dos critérios de seleção e busca nos aplicativos e das diferentes formas de apresentação e publicidade nessa forma de mídia, enquanto relações de consumo nesse novo e emergente campo afetivo.

3.2 – CONSUMO AFETIVO: CONSUMINDO IMAGENS, CONSUMINDO PESSOAS

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2008, p. 37) descreve o consumo enquanto uma atividade trivial, que realizamos diariamente, na qualidade de uma prática social, cultural e simbólica, responsável pela reprodução, classificação e diferenciação social. Para além do caráter utilitário e do valor comercial, produtos e serviços são consumidos a fim de medir nossas relações sociais, assim como para nos conferir status e construir nossas subjetividades e identidades, estabelecendo as fronteiras entre grupos e pessoas (BARBOSA; CAMPBELL, 2006, p. 22).

As relações de consumo são configuradas no interior de um campo social estruturado por bens, serviços, capitais específicos, pessoas, necessidades e relações (BAUDRILLARD, 2007, p. 61). Essas relações dizem respeito a um modo específico de socialização, realizado por meio de várias trocas simbólicas, enquanto processos de aquisição, compra e uso de bens e sistemas socioculturais de classificação e reprodução. Desse modo, uma relação social também pode ser intermediada pela ordem do consumo, concebida enquanto uma relação de consumo.

Visto que toda prática social é simbolicamente marcada (WOODWARD, 2009, p. 33), consumir é, principalmente, uma ação construída por meio de signos, tanto linguístico-verbais (textos, discursos, gramáticas) e não-verbais (imagens, sons, símbolos). Ao consumir, o indivíduo é orientado por múltiplas motivações, a fim de justificar o uso de tal produto ou serviço, conferindo significados à ação e às coisas, se identificando por meio desses consumos e seus respectivos significados.

Enquanto parte dos processos de construção identitária, as relações de consumo constroem gostos específicos, estabelecem distinções sociais e desenvolvem determinados estilos de vida pautados em produtos e serviços específicos (BARBOSA; CAMPBELL, 2004, p. 24). Para Bourdieu (2008) e Barbosa e Campbell (2004), consumir, enquanto uma atividade simbólica, funciona tanto como uma forma de expressão de si e de um estilo de vida, por meio dos gostos e das preferências, como, também, enquanto uma forma de expressão das normas socioculturais vigentes. Dessa forma, o indivíduo passa a se identificar por meio daquilo que consome, como também por aquilo que rejeita, assim como constituem grupos a partir de interesses em comum, em associação a gostos e preferências particulares, formando mercados segmentados, destinados a atender determinados públicos e demandas específicas.

Dentro da pauta identitária, Bauman (2008, p. 73) afirma que, na sociedade dos consumidores, para se tornar um sujeito é necessário se tornar uma mercadoria antes. Nessa cultura, as pessoas são, ao mesmo tempo, os promotores das mercadorias e as mercadorias que promovem, os produtos e seus agentes de marketing. Todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação, visto que tal prática é entendida como um dever e um direito do cidadão moderno. Nessa nova economia, as mercadorias são estimuladas, constantemente, a se promoverem enquanto “atraentes e desejáveis”, utilizando os melhores recursos que têm à disposição para aumentar o seu valor no mercado. Por sua vez, o mercado exige um remodelamento contínuo das mercadorias, a fim de continuar recarregando as capacidades esperadas e exigidas da vendabilidade, e, dessa forma, atrair demandas e fregueses (BAUMAN, 2008, p. 13).

Consumir, portanto, significa investir em uma autoafiliação social, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se nessa “capacidade de venda”. O indivíduo, enquanto promotor da sua própria mercadoria, busca se adequar às demandas exigidas pelo mercado, investindo na autopublicidade, e se reciclando quando for preciso, mas sempre mantendo a própria imagem enquanto a de um produto digno de atração e desejo, aos olhares do público-consumidor. A sociedade dos consumidores, em outras palavras, representa esse tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida consumista (BAUMAN, 2008, p. 75).

Assim, essa forma de publicidade passa a depender de um sistema mais amplo de significações, que ordenam todas as relações de consumo (BAUDRILLARD, 2007, p. 88). Os anúncios, por exemplo, são realizados com o objetivo principal de “vender as coisas”, em um caráter apelativo e eficaz, fornecendo as imagens e discursos necessários

com os quais os consumidores irão se identificar (WOODWARD, 2009, p. 18). O papel da mídia, dessa forma, torna-se crucial, na medida em que promove determinados gostos e estilos de vida, delimitando as posições ocupadas por diferentes tipos de consumidores no campo do consumo.

A partir desses aspectos, compreende-se que o propósito da sociedade de consumo não se encontra na satisfação plena das necessidades, dos desejos e das vontades. Um consumidor inteiramente satisfeito, portanto, não possuiria serventia para essa cultura, visto que ele “deixaria de consumir”, e, assim, não se encontraria mais em exercício no ciclo consumista. A vida do consumidor, portanto, refere-se a estar em movimento, em atividade (BAUMAN, 2008, p. 65).

O mercado passa a se sustentar em torno de um movimento constante de insatisfações, no qual as demandas são geradas para atender a um público-consumidor em específico, que se mantém ávido, sendo alimentado apenas parcialmente, através de uma “satisfação momentânea”, ao invés de uma satisfação completa e plena, para que, dessa forma, possa fomentar novas necessidades, gerando novos consumos, e permanecendo ativo no ciclo do consumo, em constante atividade.

Outra característica da sociedade de consumo refere-se à descartabilidade dos bens, dos serviços e, também, das pessoas. Na sociedade dos produtores, durante a fase “sólida” da modernidade, as relações sociais eram orientadas pelas noções de segurança e durabilidade. Nessa fase, a satisfação residia na promessa de validade em longo prazo, “para todo sempre”, e não no desfrute imediato de prazeres (BAUMAN, 2008, p. 43). Móveis eram feitos para resistir por gerações (popularmente conhecida como “móvel de família”), assim como os laços sociais, como as relações de amor e amizade, que, geralmente, eram estabelecidos para “toda uma vida”. Tudo isso é posto de lado na atual fase social, onde “nada foi feito para durar”, principalmente por muito tempo. Na cultura do consumo, tudo tem um prazo de validade, e muito curto por sinal. De bens a relacionamentos, tudo está sob a ordem da baixa durabilidade e da alta descartabilidade, assim como desenha Bauman em suas diversas análises sobre o “mundo líquido” (2008; 2004).

A partir dessas referências acerca do universo do consumo, compreendo os usuários dos aplicativos a partir de seus comportamentos, ações e relações de consumo, enquadrando-os, também, enquanto consumidores, totalmente integrados nessa cultura, constituindo, inclusive, um campo de consumo específico no ciberespaço. Nesse campo em particular, que também é afetivo, os usuários são posicionados a partir da detenção de

capitais simbólicos específicos, seguindo trajetórias individuais e relação aos outros, orientadas por meio de seus respectivos *habitus* de consumo. Os grupos de consumidores são classificados a partir de certos capitais acionados nesse espaço social (poder aquisitivo, status, prestígio, classe econômica) e, por isso, alguns grupos são tidos como “mais privilegiados” no mercado em detrimento de outros.

Dessa forma, o consumo dos aplicativos de relacionamento pode ser interpretado a partir dessas diferentes óticas. Primeiramente, no próprio “consumo físico”, com os serviços ligados à internet (gasto médio com internet mensal, provedor, roteador), à utilização de determinado smartphone (marca, modelo, acessórios personalizados) e aos aplicativos instalados. Ao ser inserido em um aplicativo de relacionamento, o usuário se torna, automaticamente, um consumidor daquele serviço, consumindo os usuários de seu interesse, ao mesmo em que se torna uma mercadoria disponível para o consumo dos demais.

A construção do perfil de usuário se configura em outra relação de consumo, realizada por meio de critérios publicitários, pautados na vendabilidade. Ao gerenciar o seu perfil on-line, o usuário se mostra enquanto um verdadeiro “empresário de seu próprio corpo” (ZAGO, 2009, p. 77), investindo nos recursos comerciais necessários e se ajustando de acordo com as exigências estipuladas pelo mercado, no intuito de se promover enquanto um “produto atraente”. Nesse processo, o usuário procura valorizar em si os mesmos critérios definidos na busca por parceiros afetivos, elencados no ato de consumir o outro, como raça, idade, tipo físico, entre outros. Enquanto uma ação social, o perfil é construído, sobretudo, em prol dos outros usuários, que se encontram dispostos nesses espaços, na intenção de provocar o interesse alheio e ser, assim, consumido no aplicativo. Esse processo, como abordado por Miskolci (2015; 2017) e por Bauman (2008), classifica-se em modo de comodificação, estabelecendo-se como uma espécie de metamorfose do usuário em “mercadoria” vendável, orientada por um mercado regido pela deseabilidade afetiva e pela instituição de padrões de gosto e preferências. Conforme essa análise, as relações afetivas desenvolvidas nos aplicativos de relacionamento são, também, relações de consumo.

Muitos dos usuários entrevistados afirmaram que utilizam os aplicativos de relacionamento, também, como instrumentos de afirmação das suas próprias identidades, principalmente as sexuais. O processo de construção de um perfil on-line, elencando atributos e características pessoais, se configura enquanto uma política identitária, em um processo mútuo de autotransformação e afirmação social. Por meio dos aplicativos, esses

homens desenvolvem laços afetivos de diversas ordens com os seus pares, enquanto pontes e redes, a partir de seus gostos e interesses em jogo, afirmando seus estilos de vida e expressando suas performances de gênero e sexualidade. Nessa medida, os aplicativos de relacionamento emergem, principalmente, enquanto catalisadores da cultura gay, em níveis globais e locais, tendo como principal premissa interligar os indivíduos de sexualidades dissidentes a partir da proximidade geográfica e de interesses em comum.

De certa forma, os aplicativos de relacionamento reproduzem a lógica social da afetividade exterior, desenvolvida no off-line, que regula os relacionamentos afetivos dos indivíduos em todos os espaços sociais. Em especial para os homens gays, há a reprodução da cultura homoafetiva, com predomínio de certos estigmas e preconceitos e o reforço de alguns estereótipos, como aqueles relacionados às formas hegemônicas de masculinidade e aos clássicos papéis sexuais dicotomizados adotados nas relações sexuais.

Ao consumir um aplicativo de relacionamento, formas de classificação e diferenciação são assumidas, tanto na construção dos perfis, quanto nas interações afetivas em si. O indivíduo se classifica e é classificado por meio de um conjunto de regimentos, acionados pela separação daquilo que é vendável/consumido e o que é sumariamente rejeitado/excluído. Logo, diferenciações de inúmeros gêneros são estabelecidas entre os usuários, dos desejados e “padrãozinhos” aos que fogem das tipologias socialmente impostas, como os afeminados, negros, gordos, entre outros.

Nas análises de Richard Miskolci (2017, p. 13), esses aplicativos de relacionamento são concebidos enquanto verdadeiros “negócios afetivos”, regulados por um mercado de intercâmbios materiais e simbólicos, que comercializa pessoas e afetividades, a partir de uma lógica de custo-benefício estrita, de necessidades específicas e de moedas próprias que são negociadas. Dentre as inúmeras moedas correntes nesse comércio afetivo, listo, principalmente, a virilidade exigida nos homens gays, imprimida nos corpos e nos comportamentos, associada aos ideais de beleza física padronizados, inclusive, pela mídia. A partir disso, compreendo que a imagem de si nos aplicativos de relacionamento se configura em algo semelhante à de um rótulo de um produto, que é exibido na prateleira desse mercado afetivo, no intuito de ser comprado.

No imaginário social dos homens gays, a imagem dos aplicativos de relacionamentos é constituída em torno das noções comerciais de “açougue”, “mercado de carnes”, “vitrine de loja” e/ou “prateleira de supermercado”. O processo de comodificação dos sujeitos e a compreensão das relações interpessoais enquanto relações

de consumo acionam um sistema de compra e venda, no qual os usuários são transformados em seus próprios produtos e as plataformas digitais são os mercados regentes.

Então eu vejo o Scruff e o Tinder como aplicativos para conhecer pessoas novas, mas as pessoas usam como se fosse um açougue, eu escolho você pela sua carne e pergunto o que você curte, ou deixa de curtir e decido se quero ou não transar com você... (Silas, usuário do app Scruff, 18 anos, pardo, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/07/2018).

O processo de comoditização envolve a construção de imagens específicas e o conhecimento de determinados padrões estéticos, no intuito de compor a autoimagem enquanto a de uma “mercadoria interessante”. Essa autopublicidade, composta pela imagem de perfil, pelo nome do usuário, pelos discursos utilizados e pelas demais informações disponibilizadas, é moldada para atrair o público-consumidor, e, em alguns casos, públicos em específico, e, assim, poder se tornar um produto digno de ser consumido. As relações sociais desenvolvidas por meio das plataformas digitais, como os aplicativos de relacionamento e as redes sociais, são marcadas profundamente por esses padrões estético-visuais, em que a “boa imagem” se torna uma das características principais para a aceitação social, sendo esta entendida, por muitas vezes, de acordo com as normas de beleza impostas socialmente, enquanto um corpo jovem, esbelto, firme, e, geralmente, branco como o padrão mais aceito. No que diz respeito aos homens gays, a mídia hegemônica, ainda, insiste em publicizar esse único perfil: branco, másculo, classe média/alta, heteronormativo, urbano, e que só se relaciona com seus pares.

Devido à centralidade do visual nas relações de consumo, principalmente do corpo nas narrativas fotográficas, os aplicativos de relacionamento passam a ser pautados na ideia de visibilidade mútua, na qual, de certa forma, todos podem ver e, também, serem vistos, de alguma forma. Por certo, alguns perfis preferem regular as imagens utilizadas nesses espaços, principalmente no que se refere às imagens de rosto e das partes íntimas, ocultando da maioria ou exibindo somente para alguns, enquanto parte das inúmeras negociações homoeróticas disponíveis, ao passo que outros se satisfazem com a total exposição on-line.

A modernidade líquida trouxe consigo a ideia da espetacularização da vida, em que precisamos “ver e sermos vistos”, enquanto necessidades sociais, e, assim, obtendo satisfação por meio desse jogo, regido pela regulação da visibilidade. O economista e

sociólogo estadunidense Thorstein Veblen (1985), caracterizou como “consumo conspícuo” essa forma de consumo feito para ser visto e exibido, e sua associação direta pela afirmação de um status social, conferido por meio das imagens e dos símbolos. Compreende-se o ato de consumir imagens por intermédio da ideia de um consumo social e simbólico, através da exposição, compartilhamento e da visualidade das imagens e dos símbolos enquanto bens de consumo, entendidas enquanto necessidades sociais. Em relação aos aplicativos de relacionamento, o consumo das imagens caracteriza-se, sobretudo, através da captura, troca e exibição das fotografias expostas on-line, e todo o arcabouço discursivo e simbólico que elas carregam.

Os perfis nos aplicativos são ilustrados por diversos tipos de imagens: fotografias do rosto, corpo + rosto, apenas do corpo (total ou parcial) sem mostrar o rosto, imagens de objetos, paisagens e/ou animais, desenhos de pessoas, imagens com textos, entre outros. Sem dúvidas, o que predomina são as *selfies*⁹⁵, os autorretratos informais e digitais do século XXI, feitas pelas câmeras dos smartphones. O usuário tira uma fotografia de si, geralmente personificada por meio do seu rosto, mas também pode incluir no conceito aquelas imagens despersonificadas, onde só uma parte do corpo é exibida, como os *nudes*, as *selfies* das partes íntimas/erógenas. A *selfie*, enquanto uma das principais transformações midiáticas da contemporaneidade, contribui, significativamente, para a atual construção da aparência pessoal e pública, nos padrões culturais e de consumo, pautados nas definições do que é aceitável e desejável (MISKOLCI, 2017, p. 100-101).

Durante a primeira fase da web, imperavam os perfis descorporificados, que não usavam imagens do corpo ou do rosto. Inserir uma imagem de si naquele período não era algo simples, visto que a fotografia precisava estar revelada, para depois ser escaneada, em um período em que um *scanner* era um objeto extremamente caro e escasso. Para se promover nos antigos sites de relacionamento, o usuário utilizava o recurso da textualização de si, para se descrever na internet e atrair o outro por meio de “textos sedutores”, em virtude da falta de recursos imagéticos. A realidade só mudou com o advento das câmeras digitais e webcams, e a posterior integração das câmeras aos celulares, fomentando uma maior inserção dos corpos e dos rostos dos usuários nos perfis on-line. Agora, estamos vivendo em uma sociedade totalmente imagética e digital, no qual a fotografia, diferentemente do que era anteriormente, pode ser ampliada, reproduzida e compartilhada. O corpo, e principalmente o rosto, na era digital tornou-se

⁹⁵ O termo é um neologismo, oriundo da palavra inglesa *self-portrait* que significa autorretrato.

passível de ser retocado e remodelado, a fim de alcançar, inclusive, os padrões estéticos exigidos.

O usuário, ao se autoapresentar nos aplicativos de relacionamento, procura exibir somente aquilo que pretende valorizar, em uma ação totalmente estratégica: seja o corpo, principalmente entre aqueles que estão em conformidade com os padrões estéticos e viris requisitados pelo mercado masculinista; ou por aqueles que preferem dar atenção a certa parte do corpo, compreendendo em sua ótica como a “mais valorizada” ou passível de ser desejada nesse campo. No regime de visibilidades existente, os usuários também regulam a autoexposição, exibindo ou ocultando o rosto, principalmente na diferença entre os homossexuais assumidos e aqueles que preferem adotar uma postura mais “discreta e sigilosa”, buscando, dessa forma, ocultar qualquer traço que possa identificá-lo ou que possa ser reconhecido por alguém⁹⁶.

Nesse sentido, perfis sem imagens pessoais tendem a ser, sumariamente, rejeitados, apesar de ser a maioria nesses aplicativos, principalmente no contexto do Recôncavo Baiano. Constantemente há mensagens, tanto nos *abouts*, quanto nos próprios *usernames*, desprezando os perfis sem fotografias (“sem foto, sem papo”), impulsionando uma representação mínima nos perfis para o estabelecimento afetivo. A manutenção do rosto visível e a exibição dos corpos (total ou parcial) consiste em formas de visibilizar-se, materializando o usuário nesse espaço on-line. De certa forma, a imagem pessoal se consagra como a principal forma de identificação do indivíduo na internet, logo, torna-se imprescindível o compartilhamento de imagens pessoais, de forma pública ou privada, para o estabelecimento afetivo nos aplicativos de relacionamento. A fotografia, seja a imagem do rosto ou um *nude*, se torna, assim, um dos objetos principais a serem consumidos nos aplicativos de relacionamento, funcionando, por muitas vezes, enquanto um verdadeiro capital, capaz de ser negociado e agenciado, na qualidade de um “prêmio” para aqueles que despertam o interesse do usuário (MISKOLCI, 2015, p. 71).

Por fim, também reforço que as fotografias utilizadas nos perfis são influenciadas, principalmente, pelo poder midiático, seja seguindo os estilos estéticos adotados pelas celebridades ou o vestuário padronizado pela indústria da moda, servindo de referenciais

⁹⁶ Entre os usuários entrevistados, treze exibiam o rosto nas “fotos de perfil”, enquanto sete ocultavam a imagem do rosto no perfil. Contudo, a proporção geral daqueles que ocultavam o rosto (e até todo o corpo) para aqueles que mostravam o rosto era bem maior, durante os períodos de observação no interior dos aplicativos. A hipótese que traço é que aqueles que revelam suas identidades de forma pública nos aplicativos de relacionamento tendem a não adotar uma postura “discreta” ou “sigilosa” durante suas trajetórias nesse ambiente, sendo, ainda, mais flexíveis a participar de uma pesquisa como esta, sem o possível medo que tal investigação pudesse causar sobre a visibilidade de suas identidades

na hora de compor um perfil on-line: roupas, acessórios, efeitos e edições fotográficas, detalhes na aparência, como um corte de cabelo, tatuagens, barba, entre outros. A partir disso, o consumidor realiza diversas leituras a partir daquilo que se encontra exposto nas fotografias utilizadas nos perfis ou nas diversas negociações homoeróticas realizadas nas interações privadas, orientando seu gosto e sua preferência de consumo por meio de tais representações. O pensamento de Veblen (1985) sobre o consumo ostensivo também cabe nesse contexto, no qual alguns usuários exibem riquezas e os seus acessos ao luxo por meio das imagens, através de joias, carros, aparelhos eletrônicos, roupas de grife e viagens, como formas de autopublicidade disponíveis, no intuito de atrair o outro

O poder midiático ainda reverbera na produção dos perfis nos aplicativos de relacionamento conforme a reprodução das imagens convencionais da pornografia gay, quando os homens, principalmente aqueles que possuem corpos tidos como “padrãozinhos”, reproduzem as poses erotizadas dos atores pornô, com foco em seus músculos e nas áreas mais erógenas do corpo. A pornografia on-line foi responsável pela construção da imagem positiva do homem gay do século XX, contudo erotizada por meio do seu corpo, muitas vezes despido, reafirmado, sobretudo, através da figura do homem másculo e viril (MISKOLCI, 2017, p. 264).

Para Miskolci (2015, p. 76), há certa centralidade do corpo nesse processo de commodificação dos usuários dos aplicativos, no qual o perfil “bem sucedido” tende a ser aquele que se torna atraente eroticamente, o que pode ser feito tanto por meio da exposição de fotos com dorsos à mostra, músculos, pelos faciais, abdomens definidos, ou por meio de comportamento mais sensual, voltado para a caça sexual, com discursos, apresentações e modos de interagir específicos para atrair o desejo sexual do outro. Apesar das recentes conquistas políticas, ainda vivemos sob um regime de representação centrado na hegemonia heterossexual e, dessa forma, os aplicativos voltados para homens homossexuais ainda têm o seu uso girando em torno de padrões imagéticos e comportamentais que reverenciam os padrões heterossexuais de masculinidade e sexualidade.

Tendo em vista esse mercado sexual, Miskolci (2017, p. 247) compreende que tal postura adotada pelos usuários dos aplicativos torna-se semelhante àquelas assumidas pelos garotos de programa. O processo de commodificação dos sujeitos nos aplicativos remonta à política mercadológica dos garotos de programa, em que há valorização do produto, no caso o próprio corpo a ser comercializado, em que o corpo e a aparência se transformam em capitais sexuais acionados nas incursões comerciais. Essa política, acima

de tudo, repousa nos marcadores identitários ligados à construção hegemônica de masculinidade (pelosidade corporal, músculos e outros atributos físicos/corporais, raça, performance sexual, tamanho do pênis, entre outros). Esses mesmos elementos que fazem alusão à prostituição masculina também foram afirmados durante a primeira fase da web, com a popularização dos sites de acompanhantes/garotos de programa, os sites de relacionamento e reinvenção virtual das revistas de nu masculino.



Figura 28: Imagens de usuários do aplicativo Scruff.
Fonte: App Scruff.

Por muito tempo, grupos minoritários ocupavam a camada mais baixa no mundo do consumo, de forma geral construindo verdadeiras “subculturas do consumo”, enquanto ramificações da estrutura principal do consumo. Gays e outros grupos de sexualidades dissidentes permaneceram por décadas ocupando esse sublugar na cultura consumista, visto que a posição privilegiada desse campo era ocupada pelos heterossexuais. Em decorrência disso, a população LGBTQ constituiu verdadeiros “guetos”, enquanto zonas marginais no campo do consumo, como, por exemplo, os bares e boates específicos para esse público-consumidor, em lugares marginalizados e bairros periféricos, longe das áreas urbanas mais nobres e centrais⁹⁷.

⁹⁷ De forma semelhante ocorreu entre a população negra. Para Barbosa e Campbell (2006, p. 08), os negros, inseridos em uma sociedade racista, são constantemente negados do status enquanto membros ativos de uma sociedade do consumo, sendo esses títulos conferidos aos brancos. Enquanto um marcador social e simbólico, o consumo também funciona como um instrumento de classificação étnico-racial. Progressivamente, a população negra começou a acessar bens e serviços de forma mais homogênea, assim como a constituição de um mercado específico.

De acordo com Miskolci (2017, p. 77), na década de 80, essa zona urbana de interações homossexuais já era chamada por seus frequentadores de “meio gay”. O termo meio (ou também conhecido como ambiente e/ou cena) remetia a um espaço social vivenciado por homossexuais, demais LGBTQs e heterossexuais “simpatizantes”, enquanto uma área de socialização, consumo e livre expressão dos desejos, das identidades e da afetividade. Após os anos 90, principalmente com os avanços da cibercultura, os grupos da “subcultura do consumo” passaram a ocupar as outras camadas do campo do consumo, mais privilegiados, acessando bens e serviços de uma forma mais homogênea, atraindo investimentos em segmentos específicos e desenvolvendo mídias especializadas, como jornais e revistas de circulação nacional e internacional, sites, programas de TV, espaços na mídia e serviços especializados, como o caso dos atuais aplicativos de relacionamento.

No mesmo período, começou-se a falar no surgimento de um mercado homossexual próprio, para além do próprio “meio gay” enquanto meros ambientes/circuitos. O mercado homossexual emergia enquanto um espaço social mais amplo de consumo, formado por pessoas que se identificavam enquanto gays, compartilhando necessidades e desejos específicos (NUNAN, 2015, p. 107). Esse espaço recebeu, inicialmente, o nome de “Mercado GLS”, englobando gays e lésbicas, assim como os simpatizantes⁹⁸. Para Miskolci (2015, p. 66), o mercado GLS se instituiu enquanto um circuito comercial segmentado para um público homossexual socioeconomicamente privilegiado e com aspirações integracionistas, que buscava serviços que permitissem a socialização com heterossexuais, em um processo que permitiria a indiferenciação a partir do desejo sexual. O mercado GLS passa a incluir, também, agências de viagem para esse público, inclusive com pacotes de viagens para casais gays, em locais onde a homossexualidade era mais aceita, além de livrarias específicas e lojas de roupas com um estilo de moda próprio adotado por homossexuais.

Nessa época, após a epidemia de AIDS e a construção de uma representação mais positiva da comunidade homossexual, o que passava a predominar era a figura do homem gay, enquanto “mais consumista” do que os homens heterossexuais, e mais próxima à imagem do universo feminino, visto como “vaidoso”, que “gostava de luxo”, “fashionista”, “que se vestia “bem”, com roupas de marcas famosas, que “cuidava da

⁹⁸ De acordo com a psicóloga Adriana Nunan (2015, p. 126), o termo simpatizante era dado àquele indivíduo que não possuía preconceito contra homossexuais, e que optava por interagir socialmente com este setor da população. O conceito surgiu nos anos 90, em referência a ideia de “gay friendly” na língua inglesa.

aparência física” e que “frequentava boates caras”. Esse estilo de vida podia ser justificado pela possibilidade em poder gastar mais consigo próprio, por, muitas vezes, levar uma vida mais “solitária”, no sentido de serem solteiros, não terem, em geral, filhos ou companheiros fixos, ou não habitarem, por muitas vezes, com pais (ou pela homofobia dos pais e demais familiares de manter distância), em conjunto com a aspiração de viver de modo mais independente e de forma mais “discreta”.

O *boom* no mercado GLS se deu, principalmente, através da publicidade dos conteúdos de cunho sexual, como serviços de tele-sexo, saunas, casas de massagem, classificados pessoais e produtos eróticos (NUNAN, 2015, p. 118). O auge nesse período foram as revistas de nudez masculina, voltadas ao público-consumidor gay masculino, como a *G Magazine*⁹⁹. Posteriormente, essas revistas perderam a hegemonia com a disseminação da internet nos anos 2000, o que fomentou o surgimento de *sites gays*, com conteúdos sexuais específicos, mas também voltados para a arena do entretenimento e da cultura¹⁰⁰. No Brasil dos anos 2000 havia uma variedade de sites direcionados a homossexuais, sendo os mais importantes o *Mix Brasil* (da UOL), *Gay.com Brasil* (Portal IG) e o *GLS Planet* (da Terra).

Atualmente, o mercado homossexual se chama *pink market* (no Brasil também entendido como “mercado rosa”, “economia rosa”, “mercado gay” ou “mercado LGBTQ”), configurando um circuito comercial pertencente a uma economia especializada para a comunidade LGBTQ, com produtos, serviços, espaços, consumidores e capitais específicos, como é o caso do *pink money*, o dinheiro proveniente do mercado gay (CARRARA; SIMÕES, 2007, p. 89). Os aplicativos de relacionamento, enquanto um lucrativo serviço on-line para o público homossexual, fomenta a manutenção do *pink market*, com a inserção desse grupo na economia, enquanto consumidores ativos, movimentando milhões de dólares e transformando afetividade em lucros diretos, principalmente para os seus desenvolvedores e patrocinadores. Além disso, há a constante realização de festas, eventos, parcerias publicitárias e materiais exclusivos para os seus clientes, promovidos pelas empresas que criam aplicativos como esses.

⁹⁹ A famosa revista de publicação mensal circulou, em todo o território nacional, por mais de quinze anos (1997-2013), chegando a vender 180.000 exemplares por mês, representando mais da metade da tiragem média da Revista Playboy no Brasil, outra famosa revista de nudez (feminina), destinada ao público-consumidor heterossexual masculino. Nos anos 2000, a *G Magazine* ganhou sua versão on-line, a *G. Online*, que mostrava os bastidores dos ensaios fotográficos com os modelos, em forma de vídeo.

¹⁰⁰ Algumas dessas mídias, migraram do modelo físico para a sua versão virtual, como foi o caso da própria *G Magazine*.

Os aplicativos de relacionamento criaram um espaço de socialização possível, assim como um próprio campo afetivo e de consumo, no qual o desejo homossexual torna-se viável e ativo, podendo ser expresso de forma “mais livre” do que na sua forma praticada na marginalidade das ruas. Ao discutir sobre mercado, negociação, capitais e publicidade, os aplicativos de relacionamento acionam o simbólico, a partir da gramática que rege as diversas formas de relações homoafetivas, envolvendo fantasias, aceitações, rejeições, ofertas e demandas que entram em jogo.

3.3 – “VÁRIOS CONTATINHOS”: A REDE DE AMIZADES NO MEIO ON-LINE

A internet permitiu a socialização em rede, de forma anônima e relativamente segura, para as pessoas LGBTQ, que temiam as retaliações sociais da sociedade heteronormativa, permitindo um contato efetivo entre parceiros amorosos/sexuais e o estabelecimento de amizades virtuais (MISKOLCI, 2015, p. 67). Essa socialização entre pessoas LGBTQ recebeu o nome de homossocialização (ou socialização LGBTQ), enquanto uma forma específica de relacionamento intergrupar, que reforça o sentimento de coletividade e pertencimento identitário, composto por aqueles que compartilham das mesmas orientações sexuais e identidades de gênero.

Como espaços de socialização, os aplicativos funcionam enquanto campos possíveis de interação social e simbólica. Além disso, são entendidos enquanto realidades práticas, principalmente no que se refere ao território do Recôncavo Baiano, em virtude da falta de espaços específicos para a socialização entre homossexuais nessas cidades, diferentemente do que ocorre na capital baiana e nas outras grandes metrópoles do estado¹⁰¹. Dessa forma, os aplicativos operam como meios de interligar essas populações, distribuídas entre as diferentes localidades de uma mesma região, em um ambiente relativamente seguro, longe das possíveis injúrias e represálias presentes na maior parte das vias públicas do território físico interiorano, que ainda preserva os traços de sua cultura local - tradicional, conservadora e heterossexista.

Os aplicativos de relacionamento são entendidos enquanto dispositivos sociais, provenientes das recentes transformações na afetividade contemporânea, em

¹⁰¹ Diferentemente das cidades do Recôncavo Baiano, Salvador, a capital da Bahia, possui consideráveis circuitos de sociabilidade e consumo voltados para o público homossexual (boates, bares, festas), assim como ocorre nas outras capitais brasileiras, como São Paulo e Rio de Janeiro.

convergência com os diversos desdobramentos da cibercultura e da globalização. As configurações afetivas, de forma geral, se alteraram nas últimas décadas, sobretudo aquelas desenvolvidas no meio on-line, através da repaginação das antigas formas de conjugalidade, assim como o surgimento de novos modelos de relacionamentos afetivos, como as amizades desenvolvidas em ambientes virtuais.

Antigamente, naquilo que Zygmunt Bauman (2008) chamava de “fase sólida da modernidade”, a amizade era concebida enquanto um elo interpessoal forte e durável, muitas vezes, elaborada para sobreviver por toda uma vida. Nesse período, a noção de amizade estava circunscrita em torno dos contatos estabelecidos no interior dos pequenos grupos sociais, sendo reguladas, principalmente, pelas limitações espaciais/geográficas, enquanto barreiras sociais impostas. Na contemporaneidade, em sua atual fase “líquida”, o conceito de amizade tornou-se ampliado, “globalizado”, tanto pela “fragilidade dos laços humanos”, quanto pelas transformações nos diferentes campos sociais, principalmente no que tange o advento das tecnologias de informação e comunicação.

Com essa reforma no cenário afetivo, tornou-se possível fazer e manter contatos interpessoais através do ambiente on-line e dos recursos tecnológicos conectados, ampliando e multiplicando as formas e os próprios contatos afetivos, inclusive em termos de quantidade, com uma maior facilidade no estabelecimento dessas relações, assim como a possibilidade de interligar as pessoas de diferentes lugares do mundo, de uma maneira até então inédita.

O conceito de “amizade”, em si, ganhou reformulações com a era digital, acompanhada da ideia de virtualidade (enquanto “amizades virtuais”), possibilitando novas formas de relacionamentos interpessoais, para além do contato direto e físico, estabelecido no face a face. A conectividade trouxe consigo a flexibilidade afetiva, as facilidades de comunicação e o mecanismo de desenvolver interações sociais com um simples toque de um botão, auxiliado por slogans sedutores, do tipo “conecte-se para fazer amigos” ou “basta um clique para conhecer novas pessoas”.

Sendo concebidas como fáceis de serem estabelecidas, as amizades virtuais¹⁰² estão ligadas, diretamente, à ação de conectar-se (e desconectar-se) ao ambiente on-line. Logo, na mesma medida em que possuem certa facilidade ao serem construídas, tornam-se, também, frágeis no momento de serem desfeitas, como, por exemplo, no ato de

¹⁰² As amizades desenvolvidas e mantidas através da internet são entendidas enquanto uma atualização da noção de amizades por correspondência, assim como eram aquelas estabelecidas por meio de trocas de cartas e ligações telefônicas.

bloquear uma pessoa¹⁰³, deixar de seguir um usuário, ou simplesmente deletando o contato de sua rede on-line.

Nos aplicativos de relacionamento, a “linha da amizade” consiste em uma das primeiras etapas das interações realizadas pelos usuários, enquanto uma forma prévia de estabelecer contatos por meio do consumo no ciberespaço, em uma interação de caráter cordial e amistoso, conhecendo o outro aos poucos. Alguns colaboradores relataram a experiência de utilizar os aplicativos de relacionamento para estabelecer contatos com outros homens gays, sem necessariamente haver fins amorosos e/ou sexuais.

Acho possível desenvolver amizade no aplicativo. Primeiramente, procuro ter uma boa conversa, depois ter a amizade da pessoa (...) vejo o app como uma possibilidade de interação, conhecer gente (Silas, usuário do app Scruff, 18 anos, pardo, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/07/2018).

Tenho facilidade em ter encontros. Às vezes, um encontro por dia. Mas nem sempre é pra pegação. Às vezes, só *pra* bater um papo mesmo. E *tipo*, não é todo mundo que eu pego no primeiro encontro. Nem todas as pessoas que conheço são *pra* transar, quase sempre é só *pra* amizade mesmo (Junior, usuário do app Grindr, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, vendedor, natural da cidade de Santo Amaro e sexualmente versátil. Entrevistado em 23/05/2018).

Eu vejo esse aplicativo de uma forma de conhecer outras pessoas, entendeu? Como se fosse o Facebook e o Instagram. Eu uso nesse intuito, e me possibilita conhecer gente nova (Pedro, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 06/06/2018).

Consigo me relacionar de uma forma que não conseguiria fora do app, por ser tímido. Além disso, tem a questão da cidade, é difícil ter um lugar para conhecer pessoas como eu. Outros homens gays. O aplicativo reúne os caras da região, mais fácil interagir por aqui (Matheus, usuário do app Scruff, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 12/06/2018).

É mais fácil conhecer um *boy* aqui do que no *ao vivo*. Não tem um espaço para os gays se conhecerem aqui na minha cidade. O Grindr traz essa novidade (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

Como eu te disse, eu não saio muito, então o app diferencia nesse sentido. A maioria das minhas relações foi com pessoas que conheci através de redes

¹⁰³ Entre os colaboradores desta pesquisa, dezessete usuários afirmaram que já bloquearam alguém nos aplicativos, enquanto três negaram o uso desse recurso. Dezesseis usuários afirmaram que já foram bloqueados em algum momento, durante suas trajetórias afetivas, enquanto quatro disseram que nunca foram bloqueados. Com base nos relatos, o ato “bloquear” consiste em um instrumento de poder do usuário sobre o outro, aquele indesejado ou que causa algum incômodo, enquanto uma agência possibilitada através dos recursos digitais, que dinamiza a forma como a afetividade se configura no meio on-line, diferentemente do que ocorre no off-line. Em contrapartida, “ser bloqueado” não aparenta ser uma ação bem vista pelos usuários que sofrem tal sanção, tendo como reflexo desta ação os sentimentos de inconformidade, culpa, preterimento e baixa autoestima.

sociais e apps. A internet ajuda e muito nesse sentido. É mais fácil conhecer gente por aqui, sem dúvidas! (Jean, usuário do app Hornet, 18 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Muritiba e sexualmente versátil. Entrevistado em 23/04/2018).

Observa-se que muitos dos usuários entrevistados utilizam os aplicativos de relacionamento enquanto novos espaços de socialização, frisando a sua facilidade em promover o contato entre homens, que estão a fim de conhecer outros homens para o desenvolvimento de amizades virtuais, assim como também possibilitam as outras redes sociais contemporâneas, como o Facebook e o Instagram. Contudo, os laços sociais estabelecidos por meio dos aplicativos podem ramificar em outras formas de relacionamentos afetivos, como, por exemplo, a “amizade colorida”, uma relação afetiva desenvolvida entre duas pessoas, que para além da própria amizade, também abarca certo tipo de entrosamento amoroso e/ou sexual, vivenciada de maneira descompromissada, sem fidelidade e, em alguns casos, de forma passageira¹⁰⁴.

Para Zago (2013, p. 275-276), o conceito de amizade nesses serviços on-line configura-se de forma heterogênea, sobretudo quando é eclipsada pela busca sexual e/ou amorosa. Enquanto uma reação dessa flexibilidade afetiva generalizada, tornou-se comum a popularização do termo “contatinho”¹⁰⁵ para se referir aos múltiplos contatos afetivos estabelecidos através do uso da internet, em que o indivíduo se relaciona com os outros a partir de uma gama de interesses afetivos envolvidos (amistosos, amorosos e/ou sexuais), listando-os em uma mesma agenda telefônica, rede social, aplicativo de relacionamento ou aplicativo de trocas de mensagens.

Por muitas vezes, os limites de separação entre os contatos amistosos, amorosos e/ou sexuais encontram-se borrados, como é o caso da própria “amizade colorida”, e, por essa razão, que o uso do termo “contatinho” se popularizou, visto que a utilização cabe em todas as três situações citadas. A noção de “contatinho” ainda traz consigo o reforço do caráter quantitativo, no qual a pessoa pode ter um número ostensivo de contatos

¹⁰⁴ No universo masculino, a expressão “broderagem”, termo oriundo da língua inglesa (*brothers* = irmãos), também significa a amizade entre dois homens. Já na cultura homoerótica, o termo importado diz respeito àqueles homens que realizam práticas sexuais com outros homens, principalmente entre amigos, mas não se identificam enquanto gays. Em alguns casos, essas relações afetivas estabelecidas envolvem uma variedade de práticas sexuais, sem o auxílio da penetração anal. Nos aplicativos de relacionamento, tornou-se comum a presença de usuários que preferem e/ou buscam por relacionamentos desse tipo, inclusive no território do Recôncavo Baiano. Também são sinônimos de “broderagem” as expressões: “bromance” (união dos termos “brother” e “romance”); “mão amiga”, em que um amigo masturba o outro; “pau amigo” e “fuck buddies” (referências aos “amigos que transam”, “parceiros de sexo”).

¹⁰⁵ O termo surge, em analogia, aos contatos de uma agenda telefônica, comuns desde a era do celular analógico.

afetivos (“coleccionar contatos”), de diferentes ordens, em diversas redes sociais e aplicativos de relacionamento, simultaneamente.

O que me motivou a usar o *app* foi fazer novas amizades! É possível fazer novas amizades aqui, só vai depender da pessoa. Conhecer pessoas novas, ter uns *contatinhos* para poder conversar. E claro, no final de tudo se terminar em sexo, ótimo! (William, usuário do app Grindr, 20 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Muritiba e sexualmente versátil. Entrevistado em 08/06/2018).

No primeiro momento desejo por sexo. Mesmo assim só fiz amigos kkkk acho que é porque eu falo demais. Aí eu decidi deixar para conhecer as pessoas mesmo. Ter um *contatinho* para um bom papo, fazer amizade mesmo, conhecer pessoas. Se pintar uma amizade colorida, ótimo! (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

A galera diz que eu uso o Grindr para caçar sexo, nem sempre kkkk. Ter vários *contatinhos* pra conversar, sair, ver no que *rola*. Mantenho contato com todos, sempre. Levo pro *whatsapp*, adiciono no *face*, marco encontro, se *rolar rolou* (Antonio, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/ativo. Entrevistado em 20/03/2018).

Os aplicativos de relacionamento podem ser entendidos enquanto reinvenções de outros espaços de homosocialização, como os bares e boates gays e as saunas exclusivas para homens. Esses ambientes são popularmente conhecidos pela promoção da interação constante entre os seus membros, a maioria constituída por homens gays, desenvolvendo verdadeiras redes de contatos e afetividade, a partir do compartilhamento de suas vivências afetivas e das livres expressões de desejo, gênero e sexualidade. Além disso, esses meios foram, historicamente, utilizados pela população homossexual masculina para fins sexuais e amorosos, devido à escassez de espaços próprios de homosocialização, como, por exemplo, os *cruising bars*, os bares de socialização homossexual, mas também destinados à paquera/pegação, assim como eram usados, também, cinemas, boates, praças e parques para as mesmas finalidades.

Apesar de transparecer ser um ambiente mais seguro do que o “off-line”, o ciberespaço pode apresentar certos perigos para aqueles que consomem suas respectivas tecnologias, como o reforço de certos preconceitos e a reprodução de diversas violências simbólicas. Primeiramente, o simples fato de estar exposto em um ambiente on-line já se configura em uma ação que oferece certo grau de risco ao indivíduo, semelhante ao que ocorre com a exposição on-line em outros apps e redes sociais. A partir disso, uma série de cuidados se faz necessária, principalmente aqueles referentes ao uso da imagem e ao

compartilhamento de dados, assim como os discursos proferidos e os comportamentos adotados em um ambiente virtual. Além disso, outros cuidados também são acionados, posteriormente, nos momentos de “encontro”, durante as interações estabelecidas face a face, oriundas após os contatos serem desenvolvidos, inicialmente, por meio da internet, principalmente, com relação ao predomínio dos perfis *fakes*.

Alguns colaboradores desta pesquisa abordaram casos que envolveram algumas situações de risco e as decepções nos encontros face a face, ao interagir com outros homens que conheceram por meio dessas plataformas. Como medida protetiva, esses usuários entrevistados relataram os métodos de segurança adotados nos encontros, como formas de minimizar as possíveis situações fortuitas ou constrangedoras:

Por mais que o papo flua numa conversa virtual, você não tem como saber 100% se a pessoa está sendo verdadeira, na verdade, não há indício algum. Quando é face a face, a pessoa pode até estar mentindo, mas por alguns gestos, tom de voz, você consegue enxergar algumas sinceridades ou até perceber se a pessoa está de fato interessada ou não (Rafael, usuário do app Hornet, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 17/06/2018).

Sempre tem né? Aqueles problemas com os perfis *fakes*. As pessoas não são o que aparentam aqui no app. Já me frustrei demais em encontros. Hoje em dia procuro conversar bastante antes de conhecer pessoalmente. Marco de se ver sempre em público, num barzinho ou numa lanchonete. Se rolar química, podemos marcar outro dia em algum lugar mais privado (Junior, usuário do app Grindr, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante e vendedor, natural da cidade de Santo Amaro e sexualmente versátil. Entrevistado em 23/05/2018).

O perfil *fake* (“falso” na língua inglesa) é aquele em que o usuário oculta a sua identidade real, seja camuflando algum traço identitário, usando imagens de terceiros ou por meio de outro instrumento que lhe permita “ser outra pessoa” (se passar por outro). Desde a primeira fase da web, ainda nos anos 90, tornou-se comum o predomínio desses perfis na maioria dos serviços on-line, enquanto possibilidades de navegação no ciberespaço de forma anônima. Contudo, esses perfis ainda causam certo desarranjo no funcionamento dessas plataformas, principalmente no caso dos aplicativos de relacionamento, em que certa correspondência é exigida entre o on-line e off-line, para o pleno desenvolvimento afetivo nas posteriores interações face a face, principalmente no que envolve as relações sexuais. Por conseguinte, nem sempre tal correspondência ocorre, como em alguns casos em que os usuários utilizam de perfis *fakes* para interagir com os outros, sustentando falsidades sobre sua identidade, ocasionando conflitos em situações subsequentes, sobretudo nos encontros no off-line.

Foi estranho, ele tinha dito que era uma pessoa, mas era outra, não era o mesmo da foto (...) Ele mesmo chegou tentando se explicar, dizendo que era porque tinha vergonha e tal, aí eu ouvi... A gente conversou sobre coisas aleatórias e depois não nos vimos mais (Marcelo, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, cabeleleiro, residente da cidade de Sapeaçu e sexualmente passivo. Entrevistado em 20/05/2018).

Outra questão envolvida nos aplicativos de relacionamento, similar aos conflitos envolvendo os perfis *fakes*, diz respeito à prática do *ghosting*. O termo advém da palavra *ghost* (“fantasma” em inglês), e significa a prática de “sumir da vida da pessoa” com quem estava se relacionando, sendo realizada, por muitas vezes, devido à perda de interesse ou às possíveis longas pausas no consumo do aplicativo pelo usuário, que podem ser interpretadas pelo outro, após receber esse silêncio, como um rompimento no estabelecimento do contato, que estava sendo realizado por meio do aplicativo.

Visto que as interações são desenvolvidas, exclusivamente, através dessas plataformas, e alguns usuários não disponibilizam melhores informações de suas outras redes sociais ou de suas vidas fora do ciberespaço, torna-se, assim, difícil procurá-lo por outros meios. Como consequência, a prática do *ghosting* também pode ser entendida de forma negativa, assim como a função “bloquear” e ser enganado por usuário *fake*.

Eu *tava* conversando com o *boy*, há quase um mês, e ele desapareceu, do nada! Acho que ele me bloqueou ou algo do tipo. Eu devo ter dito algo que ele não gostou ou coisa do tipo. Essas coisas aqui acontecem o tempo todo, mas ainda é muito chato quando acontece (João, usuário do app Hornet, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/05/2018).

Estávamos conversando e ele sumiu. Não sei o que aconteceu. Isso rola muito por aqui, principalmente quando o cara não é padrão. Seja com preto, afeminado, ou se mora na *roça*. Eles conversam *pra* ver se desperta o interesse, mandam um “oi, e aí?” *pra* ver quem é direito, quem *tá* por perto, aí quando não curtem, eles fogem! (Junior, usuário do app Grindr, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, vendedor, natural da cidade de Santo Amaro e sexualmente versátil. Entrevistado em 23/05/2018).

As relações sociais desenvolvidas no meio on-line se iniciam a partir de mensagens triviais, do tipo: “Olá, tudo bem?”, “E aí, beleza?”, “Fala de onde?”, “Qual a sua idade?”, “Quais os seus hobbies?”, entre outros. Através dessa interação inicial, o usuário instaura um roteiro, para identificar o outro, questionando os interesses, a fim de “ver com quem está conversando”. Esses roteiros datam desde o período dos antigos sites de namoro, em uma época em que as interações eram estabelecidas exclusivamente através dos recursos textuais, na falta de elementos imagéticos e sonoros. Atualmente,

esse roteiro foi abreviado, pela velocidade das interações virtuais e pela inserção dos recursos visuais, se reestruturando em torno de perguntas rápidas e simples, em poucos caracteres, mas mantendo o cerne anterior da busca por parceiros afetivos.

Em síntese, a amizade virtual classifica-se enquanto um vínculo afetivo que envolve a livre escolha, tendo como premissa principal a igualdade entre os envolvidos, que interagem por meio de alguma mídia digital ou serviço on-line. Dessa forma, marcadores sociais também são acionados na busca e na manutenção das relações de amizade no ciberespaço. A seleção dos contatos ocorre por meio das simetrias existentes entre os usuários, seja ela de gênero, sexualidade, classe social, geração, orientação sexual, raça, entre outros. Particularmente, as amizades entre os homens gays, estabelecidas através dos aplicativos de relacionamento, emergem como representações do anseio por aceitação social e pela construção de uma nova e ampla rede de sociabilidade.

Segundo Didier Eribon (2008, p. 38), a amizade assume um papel fundamental na sociabilidade gay. Com a persistência dos preconceitos e das discriminações na nossa sociedade, principalmente nos conflitos existentes em suas próprias famílias, historicamente, fizeram com que os homossexuais buscassem nos grupos de amigos uma forma de dar e receber afeto, no que envolve amor, carinho, intimidade, confiança, reciprocidade, solidariedade, aceitação e respeito.

Nas cidades do interior, como é o caso do Recôncavo Baiano, a internet permitiu a criação de redes de contatos desterritorializadas, em novos fluxos comunicacionais. As distâncias espaciais, geográficas e temporais não são mais consideradas como impedimentos para o estabelecimento de relações sociais. Os espaços on-line se estendem, aproximando os indivíduos que vivem tanto nos grandes centros urbanos, como também nas periferias, nas cidades médias e pequenas ou até mesmo na zona rural. Além disso, para pessoas que jamais quiseram (ou puderam) se expor ao frequentar algum local publicamente gay, a web possibilitou a criação de redes de homosociabilidade, permitindo as interações entre seus pares sob diferentes níveis de regulação da exposição.

O Recôncavo, como um todo, não oferece uma cena gay efetiva para os habitantes homossexuais. Como segunda opção, a população LGBTQ local procurou por espaços de diversão e socialização vistos como “neutros”, onde, por muitas vezes, o que predomina é o heterossexismo e a homofobia. Como resposta, os homens gays que frequentam esses locais, geralmente, adotam uma postura mais discreta, evitando traços do comportamento afeminado, apesar de certas expressões e momentos em que tal afeminamento é liberado

e socialmente “permitido”. A sociabilidade on-line, dessa forma, emerge como uma possibilidade de fuga das violências e represálias existentes na vida offline, promovendo espaços para as livres expressões das identidades e dos desejos, além de novos e dinâmicos espaços para a interação entre os grupos de sexualidades dissidentes.

3.4 – O AMOR NOS TEMPOS DOS APLICATIVOS: A BUSCA POR PARCEIROS AMOROSOS

Em sua obra *Amor Líquido* (2004), Bauman afirma que na “era sólida”, a vida amorosa dos indivíduos estava centrada em torno da ideia de amor romântico. Essa idealização da vida afetiva incluía a busca de um parceiro amoroso para “toda uma vida”, seguindo as expressões populares “encontrar a metade da laranja” ou “... e viveram felizes para sempre”. O casamento monogâmico e heterossexual, enquanto um resquício do amor burguês, se constituía como uma forte e estabelecida instituição na fase sólida da modernidade, enquanto um objetivo a ser alcançado na sociedade ocidental.

Era de “bom tom” que homens e mulheres fossem casados, principalmente na “flor da idade”, enquanto jovens, sendo “mal vistos” aqueles que não se encontravam casados na fase adulta, principalmente depois dos 30/40 anos, ainda mais no caso das mulheres. Casar-se, dessa forma, significava “ser um casal”, uma união heterossexual estável entre um homem e uma mulher, sem nenhuma outra possibilidade de sexualidade socialmente viável e aceita. A noção de sujeito e ocupação social no interior da sociedade patriarcal estava intimamente ligada a um determinado conjunto de regras, em torno da concepção de casamento: formar um lar, ter filhos/família, e permanecer juntos, enquanto um casal, até a morte, em uma realidade em que o divórcio não era praticado e/ou aceito.

Nas análises de Michel Misse (2007), Elisabeth Badinter (1993) e Pierre Bourdieu (2002a), compreende-se que a afetividade sempre foi vista enquanto um atributo “feminino”, em decorrência da figura do homem tida como a “mais racional”. A imagem do “homem de verdade” foi constituída enquanto aquele que “não chora”, que não diz “eu te amo” e que “não demonstra seus sentimentos”, principalmente em público. Concomitantemente, a representação convencional da afetividade masculina passa a ser aquela do homem “poligâmico por natureza”, “namorador”, regido por “infidelidades” e comportamentos “promíscuos” e “desregulados”, mais “sexual” do que “romântico”.

Até a primeira metade do século XX, a maioria dos homens era educada e socializada para se casar e se tornar o que então se chamava de “pai de família”. A expectativa social era de que homens fossem provedores e, por isso, mesmo cabeça do casal. O que não impedia que encontrassem maneiras diversas de resistência que envolviam sair com prostitutas, ter casos extraconjugais, amantes relativamente fixas e – fato menos explorado pela literatura – também relações com outros homens. Devido ao contexto descrito é compreensível que estas tendessem a se reduzir a encontros esporádicos, muitas vezes anônimos em que o fim último era apenas e sexo rápido e sem compromisso (MISKOLCI, 2017, p. 70).

Até grande parte do século XX, principalmente nos interiores do Brasil, os relacionamentos amorosos entre heterossexuais eram totalmente arranjados pela família, o que presumia ocorrer casamentos forçados de pessoas homossexuais em uniões heterossexuais. Paulatinamente, com o enfraquecimento das instituições e com a flexibilização das formas afetivas, os indivíduos conseguiram adquirir certa autonomia nas buscas por parceiros amorosos, assim como nas diferentes formas de constituir um relacionamento afetivo, principalmente para aqueles de sexualidades dissidentes.

Pessoas que possuíam o desejo homo-orientado buscaram por diversos modos de vivenciar suas afetividades, longe dos olhares públicos, existindo apenas nos bastidores sociais, driblando, assim, os códigos morais vigentes. Já entre os heterossexuais, que gozavam do acesso ao público, passava a ser comum o flerte, principalmente entre os mais jovens, praticado nas missas, nas praças, nos bailes ou nas varandas de casa, no qual os olhares e sorrisos eram trocados, com alguns galanteios, acompanhados de pequenos e breves contatos, visto que, quase sempre, os apaixonados estavam na presença de acompanhantes, principalmente membros da família, na tentativa de fiscalizar os “excessos” e mantendo a relação nos moldes exigidos pela moral e pela ordem (LINS, 2012, p. 155). Nesse período, até meados do século XX, também predominava as trocas de cartas entre os amantes, que de forma anacrônica poderia ser entendido enquanto um dos precursores dos atuais aplicativos de relacionamento, enquanto um facilitador na vida dos “amores proibidos” na época, entre casais heterossexuais, mas também entre os homossexuais.

Após esse cenário, de acordo com a sexóloga Regina Navarro Lins (2012, p. 155), aos poucos, o amor ocidental começou a procurar combinar a satisfação sexual com o afeto, por exemplo, com o predomínio dos encontros, transformando o namoro em uma possibilidade afetiva para os heterossexuais, com um caráter mais físico e íntimo. Marcados através do uso do telefone fixo e longe do controle dos familiares, os casais heterossexuais saíam pela cidade para ter um encontro (*dating*), que podia ser um passeio

de carro, ou assistir um filme no cinema, uma parada em uma lanchonete ou um jantar romântico à luz de velas, sendo que, geralmente, era o homem quem pagava a conta.

De acordo com Miskolci (2017, p. 68-69), o cinema foi um dos responsáveis pela criação da gramática do romance e da sexualidade contemporânea, ensinando e definindo as formas dos comportamentos masculinos e femininos, por meio de seus filmes, moldando romances e relacionamentos, normalizando as relações heterossexuais e gerando interpretações subversivas para as relações homossexuais. Historicamente, as tecnologias midiáticas do século XX auxiliaram na criação da magia do flerte e da conquista, como no caso do cinema e de outras formas presentes na indústria do entretenimento, assim como as invenções tecnológicas, como o telefone e a internet, que aproximaram os apaixonados, intensificando e ampliando os contatos amorosos entre os sujeitos.

O “amor romântico” estava totalmente centrado nos estereótipos oriundos da heterossexualidade, como a visão de normalidade sobre as condutas e as relações heterossexuais perante as demais, e o estabelecimento das relações homossexuais enquanto anômalas/desviantes, ou então como meramente sexuais. Além disso, a heterossexualidade repousava sobre a ideia de pureza afetiva, enquanto uma ligação de ordem divino, determinando o padrão de relação homem-mulher, reafirmando a hegemonia do poder masculino sobre o feminino, e, conseqüentemente, a existência de práticas sexistas e machistas no interior dessa relação.

Já na “era líquida”, uma série de transformações ocorreram no campo afetivo, em especial para aqueles sujeitos que não eram heterossexuais. Revolução sexual, movimento contracultura, as ondas do feminismo e a entrada das mulheres na vida social pública e no mercado de trabalho, as leis de divórcio, os usos das pílulas anticoncepcionais e a difusão da camisinha após o advento da AIDS, movimento homossexual e a Liberação Gay, movimento negro e o fim das leis segregacionistas, diminuição global das taxas de natalidade, enfraquecimento do desejo em se casar, os avanços da cibercultura e o desenvolvimento da afetividade no ambiente on-line, além do surgimento de novas formas conjugais e das distintas e novas concepções de família, o que inclui os casais homoafetivos, pondo em xeque os valores e as conjugualidades tradicionais.

O sociólogo britânico Anthony Giddens analisa esse fenômeno em sua obra, *A transformação da intimidade* (1993), no qual os indivíduos passaram a desenvolver novas formas de amar e de se relacionar, estimuladas por essas transformações recentes. Para

Giddens (1993, p. 10), o amor romântico se configura na idealização e no estabelecimento de um vínculo emocional durável e estável com o outro, enquanto o amor confluyente, que emerge na modernidade, traz um caráter mais ativo e transitório na afetividade, valorizando os relacionamentos mais flexíveis, prezando pela satisfação mútua e pela expressão livre da sexualidade. Nesse cenário, novas e variadas formas de relacionamento surgiram, mais versáteis do que aquelas estabelecidas no passado: “namoro”, “enrolado”, “amigado”, “amizade colorida”, “relacionamento poligâmico”, “poliamor”, “relacionamento aberto/livre”, “ficar”¹⁰⁶, entre outras¹⁰⁷.

Para Bauman (2004), essa afetividade em seu estado mais flexível, ou em seus próprios termos como mais *líquida*, se caracteriza a partir do processo de fragilização das relações sociais, decorrente das transformações socioculturais e históricas nos últimos tempos. Nessa atual fase, os laços afetivos revelam-se como mais “frágeis”, passíveis de serem rompidos com a mesma facilidade em que são estabelecidos. Em analogia, o sociólogo caracteriza o amor e os demais relacionamentos afetivos enquanto verdadeiros objetos de consumo, entendidos como investimentos pautados a partir da ideia de lucratividade, com certos capitais e valores em jogo, e sendo agenciados por necessidades e economias específicas. Além disso, esses *relacionamentos líquidos* também são regidos pela curta durabilidade e pela facilidade em serem “descartados”.

De forma geral, a afetividade líquida se caracteriza pela multiplicidade nos relacionamentos afetivos, inclusive pela reconfiguração da concepção de amor, tornando-se quantificado e pluralizado, em números e porcentagens, principalmente por meio da ampliação do número de parceiros amorosos ao longo da trajetória afetiva de um indivíduo. O estado líquido da sociedade torna-se igualmente responsável pela entrada das diferentes sexualidades e gêneros nesse campo, assim como nas diversas novas formas de expressão dos desejos e de concepção da afetividade nos tempos atuais.

A contemporaneidade *líquida* também reforça a ideia da afetividade enquanto um sistema de experimentações, em que relacionamentos são desenvolvidos na qualidade de “testes”, em tentativas de funcionar ou não, sem compromissos ou fortes amarras. Doravante, a busca por parceiros afetivos não mais está centrada na ideia da “metade da

¹⁰⁶ O “ficar” pode ser entendido enquanto sinônimo de “rolo”, “pente”, “caso”, “pegar/pegação”, “frete”, “se conhecendo”, entre outros.

¹⁰⁷ Nos aplicativos de relacionamento analisados, há a presença de casais homoafetivos buscando parceiros sexuais e/ou amorosos, seja para “sexo a três”, “troca de casais” ou outras formas de relacionamentos poligâmicos. Esses perfis são geralmente ilustrados pelas fotografias do casal, descrevendo a identidade de ambos, suas preferências individuais e os interesses enquanto casal.

laranja”, mas na possibilidade em “chupar todas as laranjas e todas as outras frutas disponíveis”, até encontrar uma “favorita”, que satisfaça as vontades/necessidades do consumidor, sob determinado momento.

Nesse cenário de reconfiguração afetiva, a expressão *crush* tornou-se também popular, principalmente no Brasil, para se referir aos interesses afetivos nessa era líquida, sendo usado tanto para as paqueras virtuais, quanto nos relacionamentos presenciais. O termo faz referência àquela pessoa com quem se demonstra certo tipo de afeto, geralmente, entre o amoroso e o sexual¹⁰⁸. Oriundo da expressão “I have a crush on you” (“eu tenho uma queda por você” em inglês), o termo *crush* pode ser definido enquanto uma “paixão súbita”, uma “paixonite aguda”, um “amor platônico”, na qualidade de um sentimento que pode ser correspondido ou não. O uso do termo tornou-se comum nas redes sociais, nos aplicativos de mensagem instantânea e, principalmente, nos aplicativos de relacionamento.

Ao estudar os aplicativos de relacionamento, voltados para os homens gays, onde há certa centralidade em torno das relações sexuais, certa pergunta pairava no ar: É possível encontrar um amor em aplicativos gays onde o sexo impera? Com base no empírico, comprova-se que muitos usuários consomem os aplicativos enquanto uma forma eficaz de encontrar parceiros amorosos, visto que não há outros espaços de homossexualização em suas realidades, principalmente no território do Recôncavo Baiano. Em relação à procura por parceiros amorosos, as opiniões expressadas foram:

Já encontrei pessoas legais aqui. Cheguei até a namorar um menino que conheci aqui. Mas não deu muito certo. Foi o motivo da exclusão da minha primeira conta... Como não deu certo, eu voltei pro Grindr (Arthur, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 20/04/2018).

Eu busco um possível relacionamento sério, um namoro mesmo. Acho que aqui é um lugar que pode me proporcionar isso. Fora do aplicativo é mais difícil (Rafael, usuário do app Hornet, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 17/06/2018).

O motivo de eu estar usando o Hornet foi porque eu quero conhecer uma pessoa para namorar. Tô em busca de um relacionamento sério! Tem muita gente aqui querendo curtidão, sexo. Mas também tem gente a procura de namoro (Leonardo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 27/05/2018).

¹⁰⁸ São sinônimos de *crush*: “queda”, “paixonite”, “paquera”, “date”, “contatinho”, “love”, “ficante”, “mozão”.

É difícil você conhecer os *caras* gays aqui na minha cidade. Não tem locais disponíveis. Além de ser difícil saber se são gays ou não. *Aí* usando o app você acaba descobrindo quem curte a fruta rsrsrsrs. Entendo esses apps como um facilitador, um meio caminho andado. Seja *pra* você conhecer alguém *pra* transar ou *pra* namorar. Serve para os dois (Ricardo, usuário do app Grindr, 21 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 20/03/2018).

No contexto dos aplicativos de relacionamento, há um maior incentivo em transformar as interações estabelecidas on-line em encontros no off-line, diferentemente do que ocorria na época dos antigos sites de relacionamento. A proximidade geográfica entre os usuários configura-se em um dos principais diferenciais entre as duas plataformas, além das diversas transformações ocorridas no âmbito da afetividade homossexual nos últimos vinte anos, inclusive no que diz respeito aos interesses afetivos e as novas formas de relacionamento amoroso.

De certa forma, o roteiro do passado ainda se manifesta no presente, em particular entre os usuários desses aplicativos. Após conhecer um parceiro afetivo, através do consumo da tecnologia, os encontros no off-line são marcados como antigamente: sair pela cidade, ir a um bar, lanchonete ou restaurante para se conhecer, principalmente entre aqueles encontros entendidos como “mais românticos”. Esses espaços de socialização são concebidos, geralmente, em vias públicas, sendo o público, historicamente, de domínio heterossexual. Em decorrência disso, o espaço público pode se manifestar enquanto um ambiente LGBTQfóbico, e, dessa forma, uma conduta discreta e sigilosa acaba sendo adotada pelo casal homossexual nos encontros, na maioria das vezes. Por isso, há uma forte presença do privado como local de encontro preferencial entre esses homens gays, inclusive nos encontros amorosos, se apresentando como espaços onde a liberdade homoafetiva é permitida, no qual esses homens podem trocar carícias ou se beijar ou, até mesmo, ser usado para uma possível relação sexual.

As uniões homoafetivas ainda são alvos de preconceito e discriminação, apesar de que, em contrapartida, alguns indivíduos gays e lésbicas possam obter mais respaldo social e público ao passo que se encontram em um relacionamento fixo e monogâmico, seguindo os moldes dos casais heterossexuais, em relação à taxaçoão do perfil do homossexual enquanto solteiro, muitas vezes associado ao estereótipo de detentor de “vida promíscua”.

3.5 – A CAÇA SEXUAL: SEXO CASUAL, NUDES, SEXTINGS

Ao entrar no século XXI, a sexualidade ganhou certa centralidade na vida social moderna, através de atualização de suas propriedades, enquanto mais amplas e flexíveis do que era anteriormente, estando totalmente interligada aos valores socioculturais, políticos e econômicos. Anthony Giddens (1993, p. 10), ao analisar a afetividade moderna, define o atual estado da sexualidade ocidental a partir do seu caráter “plástico”, classificando-a enquanto descentralizada, liberta das necessidades de reprodução e ligada à transitividade dos parceiros amorosos e sexuais.

Com a flexibilização da moral erótica, o sexo começou a ser praticado como algo “mais casual”, tendo a possibilidade de se desenvolver por meio de relações rápidas, com múltiplos parceiros envolvidos ao longo de toda uma trajetória sexual, e sem a necessidade do envolvimento amoroso enquanto um pré-requisito para o ato, focalizando apenas na busca mútua por prazer e na satisfação das necessidades, provenientes do desejo. Nesse contexto, ao abandonar os objetivos compulsórios da monogamia e da reprodução para outros objetivos, mais flexíveis e transitórios, ligados ao prazer e à autonomia corporal, uma maior aproximação ocorreu entre a visão social das práticas sexuais desenvolvidas por pessoas heterossexuais, com aquelas estabelecidas entre homossexuais, enquanto distintas formas de expressão dos desejos, apesar da persistência de violências, preconceitos e discriminações ligados ao gênero e à sexualidade (LINS, 2012, p. 215).

De acordo com a historiadora Guacira Lopes Louro (2000, p. 39), na medida em que várias identidades sexuais e de gênero emergiram publicamente, por meio de uma imagem sociopolítica mais positiva e longe das associações de desvio, crime e patologia, os discursos sobre sexualidade e gênero foram se modificando e multiplicando, abarcando essas novas expressões do desejo sexual e das diferentes práticas e performances sexuais, que atualizaram o campo erótico-sexual. De forma geral, esse novo campo surgiu no âmbito da sexualidade, bem mais adiante daquele sexualmente “ortodoxo”, estabelecido anteriormente pela heteronormatividade (GIDDENS, 1993, p. 38).

Com a revolução sexual dos últimos tempos, tornou-se possível falar de sexo com uma maior facilidade e abertura, em diferentes contextos, com as diferentes gerações. O sexo, enquanto um tabu pertencente ao campo privado, passou a dominar, cada vez mais, o âmbito público, enquanto algo a ser debatido, cultuado e até mesmo espetacularizado. Iniciou-se, assim, um novo processo sócio-histórico de pedagogização do sexo, através

de outras redes culturais e políticas, por meio, principalmente, do papel da mídia e do desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação.

Atualmente, por exemplo, somos bombardeados por uma série de produtos e serviços de cunho sexual e erótico, veiculados em diversos setores da mídia, instaurando novas e distintas formas de produzir discursos e práticas sobre o sexo, o desejo e o prazer: pornografia em revistas ilustradas, sites de conteúdos pornográficos, sites de acompanhantes/prostituição, lojas virtuais de produtos eróticos (*sex shops*), filmes e vídeos pornô (profissionais e amadores), livros de contos eróticos, disk-sexo, tele-sexo, câmeras privês, cinemas privês, *dark rooms*, *peep shows*, casas de massagem, casas de *swing*, saunas, clubes de sexo, *cruising bars*, entre outros. Além de uma nova ocupação física e territorial de espaços e áreas para a realização do prazer e a livre expressão dos diversos tipos de desejo, a contemporaneidade traz consigo o advento do ciberespaço e das demais tecnologias comunicacionais para o aperfeiçoamento, difusão e construção de inúmeras práticas e serviços eróticos e sexuais. Nesse aspecto, o desenvolvimento da cibercultura foi essencial para esse novo processo pedagógico, enquanto um dos pilares principais na construção da sexualidade contemporânea.

Dentre as diversas novidades advindas do avanço tecnológico, friso o surgimento do *sexting*, enquanto uma prática sexual mediada pelas tecnologias de informação e comunicação, no qual há a possibilidade de troca de mensagens textuais simultâneas entre usuários com conteúdos sexuais e eróticos. Os *sextings* tornaram-se populares na época dos celulares analógicos, quando os usuários trocavam mensagens eróticas através do sistema de *SMS*, como um dos poucos recursos disponíveis para a interação mediada. Também eram praticados nos antigos sites de relacionamento e nos *chatrooms*, em um período em que essas plataformas imperavam no campo afetivo para aqueles que buscavam parceiros em ambientes on-line. Nessa época específica, devido aos escassos recursos visuais e imagéticos, o que predominava era a textualização de si, dos seus gostos, desejos e preferências, com a comunicação sendo estabelecida entre os usuários apenas de forma textual. Com o aprimoramento tecnológico, os *sextings* se aperfeiçoaram também, através da invenção dos smartphones e de seus aplicativos, adicionando os recursos visuais e simbólicos (*emojis*, fotos, vídeos e chamadas de vídeo) e os sonoros (mensagens de áudio e chamadas de áudio) nessas práticas¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Em relação a tais práticas, de forma anacrônica, relaciono as interações “CamXCam” com o uso das webcams, onde o usuário ficava despido para o outro, com quem estava interagindo virtualmente, por meio do aparelho conectado ao computador, ligado à internet. As práticas também se desenrolavam em sexo

Em particular, a história da homossexualidade ocidental esteve sempre atrelada a essas diversas transformações no âmbito da sexualidade, em especial naquelas em que houve o envolvimento das tecnologias digitais de comunicação. Com a politização do sexo, houve avanços no âmbito político e público para as homossexualidades e demais sexualidades dissidentes, contudo, no campo afetivo, auxiliado pelo desenvolvimento da cibercultura, houve certo reforço da privatização do desejo homossexual, principalmente entre os homens, enquanto um reflexo direto da expressão da homofobia vigente.

De certa forma, desde os antigos sites de busca de parceiros até os atuais aplicativos de relacionamento, há uma leitura sexual estabelecida, em que essas plataformas passaram a funcionar como meios de promoção de um sexo “fácil” e de uma intensa “caça sexual”, ou seja, da busca desenfreada por parceiros sexuais ou por práticas sexuais on-line, fáceis de encontrar e de serem efetivadas. Além disso, essas plataformas também passam a funcionar como espaços para o livre exercício do desejo homoerótico e para a obtenção do prazer sob diversas formas, longe das violências existentes nos espaços onde predomina a heteronorma.

A palavra caça tem um sentido fundamental para entendermos os modos com que os vínculos se criam dentro e através dos aplicativos. O ato de caçar um parceiro pode ser entendido como um sistema complexo de relações de poder, que institui as posições, ou os sujeitos, de “caça” e de “caçador”. Entre eles há uma série de relações táticas, diversas negociações eróticas e estratégicas e uma infinidade de armas e ferramentas disponíveis, cabendo ao caçador o papel de seguir, perseguir e acertar o alvo com precisão. Essa relação de caça tem, por assim dizer, o objetivo principal de “manter-se em disputa”, em atividade, no jogo (ZAGO, 2013, p. 23-24).

O ato de caçar parceiros sexuais é compreendido a partir de sua experiência extremamente virilizante, já que a predação sexual costuma ser um dos atributos masculinos mais apreciados. Para Giddens (1993, p. 70), o ocidente construiu a imagem de que “mulheres querem amor, enquanto homens buscam por sexo”, em torno de um estilo predatório sexual masculino, pautando, principalmente, a atividade sexual na quantidade e na transitividade, ou seja, no alto número de parceiros sexuais em relações casuais ao longo de sua trajetória social.

virtual, conhecido como “cibersexo”. Outra relação semelhante consistia no “sexo por telefone”, em que os usuários, territorialmente distantes, se automasturbavam por ligação telefônica, em que eram descritas as performances sexuais, até aquelas imaginadas, auxiliadas por gemidos e palavras erotizadas.

No caso dos homens homossexuais, buscar parceiros, de certa forma, os “viriliza”, se tratando de uma atitude que os contrapõe ao estigma histórico do afeminamento, culturalmente associado a eles (MISKOLCI, 2017, p. 127). Em sua tese, Miskolci (2014, p. 286) ainda afirma que a busca, e não necessariamente o encontro, é o aspecto central do uso dessas mídias porque, para determinados grupos como os homossexuais e as mulheres, paquerar com liberdade e segundo seus próprios critérios é, ainda, uma experiência inovadora, visto que essa ação lhes foi historicamente negada e, agora, por meio dessas tecnologias, a prática tornou-se disponibilizada, criando um novo sentimento de agência, enquanto a capacidade de escolha e seleção dos parceiros afetivos¹¹⁰.

No universo gay, historicamente a caça sexual, realizada em contextos urbanos, de forma descentralizada, tornou-se conhecida como *cruising*, classificando-se enquanto a busca clandestina “em deriva”, sem um caminho ou destino definido, em que os homens circulavam por zonas de pegação próprias para homossexuais (de bares a banheiros públicos), em locais degradados e periféricos, e/ou longe dos centros urbanos, em busca de um possível parceiro sexual, geralmente, aquele que surgia no local, sem muitas opções de escolha (MISKOLCI, 2014, p. 281).

Quando algum surgia, havia uma análise de custo-benefício sexual-erótico, se o indivíduo despertava o desejo sexual do outro para uma prática sexual rápida, ocasional e descompromissada. Em virtude da escassez de parceiros por local e da impossibilidade de seleção, em muitos casos, o *cruising* promovia o contato de pessoas de diferentes classes, idades e raças (MISKOLCI, 2017, p. 219). Com o contato sendo estabelecido a partir de seu caráter marginalizado, praticado nas ruas, marcado pela incerteza, acaso e riscos, era comum, durante as práticas do *cruising*, acontecer desses homens sofrerem algum tipo de violência, até por parte dos outros membros do interior de sua própria “rede de *cruising*” ou de outros homens que circulavam nessas regiões (assaltantes, estupradores, homofóbicos, entre outros), por meio de extorsões, roubos, estupros e agressões físicas (op. cit., p. 256-257)

No contexto dos interiores do Brasil, o *cruising* era praticado de outra forma pelos homens (entre homossexuais e heterossexuais), assim como pelas mulheres, bem mais ampla do que essa forma desenvolvida exclusivamente por homossexuais, e relativamente menos sexual. As pessoas nos interiores, principalmente aqueles mais jovens, circulavam

¹¹⁰ Para Miskolci (2017, p. 13), essa agência significa a forma como os sujeitos negociam e constroem os seus desejos a partir das normas e convenções morais vigentes, sendo, portanto, algo de caráter situacional e dinâmico, que orienta a ação dos usuários nos aplicativos de relacionamento.

pelas áreas de socialização urbana, geralmente as praças das pequenas cidades, especialmente durante a noite, onde os flertes eram praticados, e a pegação passava a ocorrer em becos, muros, embaixo de sacadas ou debaixo de árvores próximas, sem necessariamente haver atos sexuais inclusos. A “curtição”, “azaração”, “dar uns pegadas” ou simplesmente “pegação”, compreendem, assim, essas diversas formas de contatos eróticos/sexuais, rápidos e episódicos, que são amplamente utilizados para se referir à caça sexual, na busca por parceiros afetivos, seja na internet ou em espaços físicos, independente do gênero e da sexualidade.

Ainda de acordo com o sociólogo Richard Miskolci (2014, p. 281), recentemente, uma cultura passou a emergir entre homossexuais, assim como entre os heterossexuais mais jovens, chamada de *hook up culture*, a cultura do sexo casual, constituída pelo domínio dos flertes, dos contatos e das práticas sexuais anônimas, transitórias e descompromissadas. Essa cultura teve início entre os universitários norte-americanos, e logo se espalhou pelos centros urbanos das grandes metrópoles em diversos países. No Brasil, o termo foi adaptado pela expressão popularmente conhecida como o “fast-foda”, para se referir a essa cultura em ascensão, associando o sexo sem compromisso com as refeições rápidas das redes de lanchonete (*fast-foods*).

Os aplicativos de relacionamento disseminaram a cultura do *hook up*, e de certa forma atualizaram a prática do *cruising*. Ao criar um espaço de paquera centralizado no ambiente on-line, totalmente acessível e gratuito, podendo ser acessado inclusive a partir da casa, do trabalho ou da universidade. Os aplicativos também higienizaram o *cruising*, visto que a busca não ocorre mais em espaços tidos como “marginalizados”, “sujos”, “arriscados” e “contaminados”, além do fato de que os possíveis parceiros, a partir de agora, passam por uma série de critérios e seleções, transformando a busca em uma espécie de “loja de departamentos”, organizando os produtos por seções e categorias, tendo em vista atender a gostos e padrões específicos. De certa forma, essa noção de higienização pressupõe, ainda, a valorização de um padrão masculino: corpo perfeito, jovem, viril, másculo, limpo, sem doenças e, predominantemente, branco.

Segundo Miskolci (2017, p. 219), as novas gerações, principalmente nos grandes centros urbanos, encontram nos aplicativos uma economia da abundância, que induz à escolha dos mais “bonito” ou “interessante”, mesmo para um encontro sexual fortuito, de forma que a geolocalização apenas adiciona o critério da proximidade na seleção. Nos interiores, como o contexto do Recôncavo Baiano, apesar de ocorrer cenas de escassez e saturação pelo baixo número de usuários em relação aos grandes centros urbanos, a

mesma lógica é importada e replicada, onde a seleção passa por diversos crivos, se estabelecendo por meio dessa análise de custo-benefício, elegendo os melhores “produtos” de acordo com a oferta local. Soma-se isso à nova agência de seleção dos parceiros, permitida pelas tecnologias de geolocalização que regula a visibilidade daqueles que se encontram nas proximidades, entre aqueles usuários fixos na região e os *flanêurs*, por meio de uma economia afetiva própria.

Os aplicativos de relacionamento, conectados à internet, permitiram, desse jeito, um abandono parcial da antiga forma do *cruising*, afastando-se da busca estabelecida no espaço físico e público territorializado, visto que por agora já não é mais necessário sair às ruas para buscar um parceiro, principalmente sexual. A prática do *fast-foda*, facilitada pelos aplicativos de busca de parceiros, passa a se inserir em uma nova economia do desejo, moldada pela atualização no uso do espaço urbano, pelas recentes transformações socioculturais, políticas e econômicas, pelo advento das novas mídias digitais e pelas novas práticas sexuais, conjugais e epidemiológicas¹¹¹.

Aqui é só *pra* curtidão mesmo. Só *pra* sexo! *Pra* relacionamento sério, é melhor usar o Tinder! (Vinicius, usuário do app Grindr, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário e funcionário público, natural da cidade de Sapeaçu e sexualmente ativo. Entrevistado em 12/06/2018).

Tenho facilidade em ter encontros aqui. A maioria são sexuais. 99% das vezes dão em sexo. A maioria dos caras aqui querem transar (Rômulo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 22/05/2018).

O objetivo é conhecer pessoas legais, mas acabam em sexo mesmo. Se torna assim o objetivo do app (Pedro, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 06/06/2018).

Nada procuro nada sério. *Tô afim* de esquemas, fretes, alguém pra transar nas horas vagas (Marcelo, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, cabeleleiro, residente da cidade de Sapeaçu e sexualmente passivo. Entrevistado em 20/05/2018).

Não busco relacionamento neste tipo de app. Lá no Tinder é mais para procurar namorado, fazer amizades, relacionamentos mesmo. Aqui é para sexo, pegação, coisas casuais (Caio, usuário do app Scruff, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 07/05/2018).

Rapaz, o objetivo da galera aqui é sexo, então o que mais chama atenção se não for o corpo? O corpo deles é a vitrine para o sexo (Tomaz, usuário do app Grindr, 26 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário,

¹¹¹ Nos aplicativos de relacionamento, a busca pelo sexo rápido e casual pode ser vista a partir de termos como “real”, “agora” “afim”, entre outros.

residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 19/06/2018).

A partir desses relatos, obtidos por meio das entrevistas realizadas em 2018, compreende-se a centralidade do sexo para os usuários desses aplicativos de relacionamento: em Vinicius e Caio, observa-se a distinção dada entre o Grindr e o Scruff (para fins sexuais) e o Tinder (para fins amorosos); para Pedro torna-se claro o objetivo da maioria dos usuários no uso desses aplicativos para fins sexuais; com Rômulo e Marcelo nota-se a facilidade que o aplicativo tem em promover contatos e encontros sexuais diversos entre os seus usuários; e, por fim, com Tomaz se observa a centralidade do corpo para a promoção do sexo, enquanto uma “vitrine”, em que o indivíduo passa a se configurar no próprio produto a ser comercializado nesse espaço.

Com a história da homossexualidade sendo perpassada pelas práticas sexuais sem compromisso, em virtude da homofobia vigente que impediu a plena afetividade dos casais homossexuais, sobretudo nas vias públicas, a imagem do homem gay passa a ser associada diretamente à promiscuidade, em decorrência da vida sexual ativa, com múltiplos parceiros transitórios, em seu caráter totalmente marginalizado. Em decorrência disso, esses homens receberam os títulos de “galinha”, “biscate”, “puta”, “vadia”, em associação tanto com a visão estereotipada de uma “vida promíscua”, em conjunto com a subjugação/inferiorização do feminino, por meio de termos pejorativos descritos no feminino ao invés de serem caracterizados no masculino. O mesmo não ocorre com os homens heterossexuais, que recebem nomenclaturas mais “positivas” e “valorizadas” pelo mesmo comportamento sexualmente ativo: “garanhão”, “pegador”, “fodão”, “comedor”, “conquistador”, “sedutor”, “*Don Juan*”¹¹². O homem heterossexual com tal comportamento comprova, através da atividade sexual, sua competência no mundo da masculinidade patriarcal, sendo consagrado socialmente, sobretudo entre os seus pares.

Para além da caça sexual nos aplicativos de relacionamento, essas plataformas também funcionam como locais de troca de conteúdos sexuais e eróticos por meio online, na possibilidade de desenvolvimento do próprio sexo virtual (cibersexo), o que inclui práticas sexuais e eróticas diversas, em uma constante atualização do imaginário sexual. Também, em virtude do apelo erótico dos corpos expostos, com pouca roupa ou totalmente despídos, tanto por parte dos usuários, quanto por parte da publicidade dos

¹¹² Michel Misse (2007, p. 96) chama a atenção que o termo “galinha”, geralmente associado ao homem heterossexual, pode ser compreendido como um elogio, uma forma de demonstrar que é um “homem de verdade”. Ao passo que, paradoxalmente, o mesmo pode ocorrer com o homem homossexual.

próprios desenvolvedores dessas tecnologias, essas plataformas funcionam como espaços de promoção da *autopornografia*, tendo como premissa principal vender e consumir o erótico.

A construção ocidental do imaginário sexual masculino foi perpetrada, principalmente, pelas representações nos filmes pornográficos. As performances sexualmente ativas dos homens nos filmes pornôs – em relações sexuais homo e heterossexuais – foram construídas por meio de representações “perfeitas”, em encenações que demonstravam o seu lado mais másculo e viril. Os atores, até hoje, são escolhidos a partir de pênis grandiosos, acima da média, acompanhados de corpos extremamente viris, esculpidos por musculação e procedimentos estéticos. Além disso, a performance sexual, comumente, é apresentada por longas cenas de sexo, demonstrando toda a potência e vigor do ator, indo da felação até a ejaculação como desfecho, onde uma quantidade extraordinária de esperma é liberada.

A pornografia, enquanto um discurso, foi responsável pela produção de um sistema ordenado de classificações, categorias, estereótipos e representações, que fetichizou determinados corpos e comportamentos, ao mesmo tempo em que rejeitou aqueles enquadrados como “indesejados”, construindo socialmente uma economia do desejo sexual homo-orientado (PINHO, 2012, p. 161-162). De forma geral, a indústria da pornografia gay reforçou os padrões visuais e estéticos da homossexualidade, por meio das figuras dos jovens homens gays de “corpos perfeitos”, em uma relação altamente dicotomizada (binômio ativo-passivo), sendo, em sua maioria, ilustradas por homens brancos.

Devido a esse padrão dicotomizado, a pornografia gay consagrou os papéis clássicos do sexo entre homens: do *ativo*, enquanto aquele que penetra (prática anal insertiva), o que “come”, detentor de uma postura viril, dominadora e masculinizante; do *passivo*, sendo aquele que tem preferência por ser penetrado (prática anal receptiva), aquele que “dá” para outro homem, possuidor de uma postura frágil, dominada e feminina; e o *versátil*, aquele que tem preferência por ambas as práticas anais – penetrador e penetrado –, caracterizado pela performance fluída e adaptável.

Apesar de a contemporaneidade estar sendo marcada pela flexibilidade afetiva e pela autonomia de um sistema sexual mais igualitário, certa dicotomia ainda persiste. Para Zago (2009, p. 125) a categoria “versátil” aparece como uma posição frente às práticas derivadas do modelo de penetração, criando uma triangulação no binômio sexual (ativo-passivo), ao passo que promove uma variada gama de possibilidades sexuais e desvios

nos padrões instituídos. Ela surge como uma alternativa aos dois polos distintos, e justamente por ser alternativa que pode funcionar como um escape, uma linha de fuga, um ponto de vazamento do esquema penetrativo. Classifica-se enquanto uma categoria movediça, transitória: tanto entre padrões sexuais instituídos, quanto nas possíveis revoluções.

A penetrabilidade ainda é quem define as preferências sexuais, principalmente entre os homossexuais. As categorias “versáteis”, “gouines” e as demais performances sexuais para além do binômio ativo-passivo tendem a promover uma desestabilização na hierarquia dos papéis vigentes, possibilitando novas formas de expressão dos desejos e distintas performances sexuais nas relações homoeróticas, instaurando, inclusive, outros discursos e saberes sobre a sexualidade homossexual.

A pornografia gay funciona, até hoje, como um dos principais meios de informação sobre a sexualidade homossexual, oferecendo os códigos de identificação necessários, apesar da construção de tais estereótipos, tanto nas produções profissionais, quanto entre os amadores. Muitos jovens gays buscaram maiores informações sobre suas sexualidades através do consumo de pornografia, em diferentes gerações e momentos históricos, como uma das poucas vias de conhecimento e informação: nas revistas de nu masculino, nas locadoras de VHS e posteriormente de DVD; no comércio de DVDs piratas de pornografia, de baixo custo e de fácil acesso; e, por fim, na pornografia on-line. No presente midiático, contudo, a indústria pornográfica passou a perder terreno para a troca de pornografia amadora, principalmente aquelas realizadas por meio dos smartphones (MISKOLCI, 2017, p. 216).

De certo modo, o advento e a popularização da pornografia, voltada a homossexuais, tenha tido maior disseminação e impacto na circulação de imagens positivas sobre essa forma de expressão do desejo e as suas respectivas práticas sexuais. Para além do seu efeito sexual, a pornografia gay foi responsável por conceder reconhecimento do desejo homoerótico, mostrando de forma atraente os sujeitos de desejos, que até pouco tempo antes eram consideradas ilegítimos e desviantes (MISKOLCI, 2017, p. 263-264). Ao mesmo tempo, disseminou modelos corporais e ensinou formas de se relacionar intimamente, que compreensivelmente não abrangiam todas as corporalidades e desejos.

As construções de significados em torno das práticas sexuais dos usuários dos aplicativos de relacionamento são realizadas por meio dos registros imagéticos e audiovisuais, inspiradas diretamente pelos modelos perpetrados pela pornografia gay e

pela prostituição masculina, operando no intuito de reafirmar seus corpos sexuados e generificados¹¹³. De acordo com Luiz F. Zago (2009, p. 115), a hiperpresença do corpo nessas mídias implica em um complexo processo de comodificação, em que os usuários valorizam seus atributos físicos, pautados nos ideais de masculinidade e virilidade, a fim de corresponder com as imagens eróticas convencionais, veiculadas na indústria. Através de um regime de visibilidade sexual, os usuários dos aplicativos prezam por exibir certas partes do corpo em detrimento daquelas não-erógenas, “sexualizando” seus perfis por meio da decupagem corporal e da excessiva genitalização das representações virtuais, em virtude do sombreamento dos rostos/identidades.

Os *nudes*, por exemplo, tornaram-se populares nos últimos anos enquanto essas formas de imagens digitais erotizadas, geralmente de partes erógenas como o pênis, virilha, nádegas e, no caso das mulheres também incluem a vagina e os seios. Os *nudes* podem ser enquadrados nessas regiões, focalizando em uma (ou mais de uma) dessas partes, assim como pode retratar o indivíduo parcialmente ou por completo, tanto seminú, quanto totalmente pelado. Em muitas vezes, o *nude* é fotografado em locais privados (banheiros, quartos, seja na cama ou na frente de um espelho), mas também ocorrem aquelas fotografias tiradas em ambientes públicos, como os *nudes* em praia.

O uso dessas imagens, e do próprio termo, se popularizou após o advento dos smartphones, com a inserção da câmera digital acoplada ao aparelho, assim como a possibilidade de conectá-lo à internet. Nesse sentido, um dos principais objetivos dos *nudes* consiste no compartilhamento, principalmente entre amantes nos *chats* privados. Entre os entrevistados, 75% (15 usuários) afirmaram que fazem o uso dos *nudes* (entre as opções “fazer”, “compartilhar” e “receber”).

Eu gosto de mandar *nudes*. E correspondo também. A *nude* que mais me atrai é da bunda. Mostro o meu pau, ou então mostro o meu corpo todo nu (Antonio, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/ativo. Entrevistado em 20/03/2018).

O bumbum é o que mais me atrai (...) Eu quase não mando *nudes*, quando mando, é do meu pinto (Vinicius, usuário do app Grindr, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário e funcionário público, natural da cidade de Sapeaçu e sexualmente ativo. Entrevistado em 12/06/2018).

¹¹³ Alguns garotos de programa utilizam os aplicativos de relacionamento como formas de autopromoção, no intuito de se venderem. São anúncios atraentes, em que mostram seus corpos, seminú ou totalmente despidos, além das suas habilidades e preferências sexuais. Alguns ainda informam os contatos telefônicos e os valores cobrados sobre as práticas.

Mando sim! Correspondo também! Curto de variados tipos. Mais do pau, da bunda, entende? Mando mais do meu pênis (William, usuário do app Grindr, 20 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Muritiba e sexualmente versátil. Entrevistado em 08/06/2018).

Gosto mais de receber *nudes de picas*. E eu mando mais *nudes* do meu *rabo* (Matheus, usuário do app Scruff, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/passivo. Entrevistado em 12/06/2018).

Mando sim e correspondo. O tipo de *nude* que mais me atrai é da bunda. E mando do meu pau (Leonardo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante de universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 27/05/2018).

Depende da pessoa! Gosto mais de receber *nude da rola*. E geralmente eu mando aquilo que me pedem. Mais do pau e da bunda mesmo (Pedro, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 06/06/2018).

Mando de tudo! *Da bunda, da rola*. Mando fotos minhas de cueca, sem cueca, todo nu (Iago, usuário do app Scruff, 26 anos, negro, bissexual, solteiro, servidor público, natural da cidade de São Felipe e sexualmente versátil. Entrevistado em 15/04/2018).

As nudes que eu mandava era uma de costas, que pegava bem a bunda. Uma que mostrava o pau, bem inchado e as veias dele. Uma na minha cama, deitado, mostrando as costas e a bunda. Sobre *as nudes* que eu recebia era bem diversificado. Nossa era *nude* de todo tipo: pau grande, pau pequeno, pau tímido, pau grosso, pau fino, *pra direita, pra esquerda*. *Bunda chocha*, bunda durinha. Os *sem bunda* também KKKKK (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

Simbolicamente, o *nude* é uma expressão do desejo, de prazer e de liberdade sexual. São imagens construídas no intuito de serem consumidas, logo são orientadas por um roteiro que as transforma em mais “erotizadas” e “desejadas” e, dessa forma, também “vendáveis”. Funcionando como uma “autopornografia”, o *nude* é estruturado por meio dos *scripts* midiáticos da publicidade e da pornografia, em especial, classificando os homens gays a partir da díade “pênis-nádegas”.

Enquanto os homens heterossexuais restringem o conceito de seus próprios *nudes* aos seus pênis (sempre eretos), os homens gays trazem o artifício das nádegas para o jogo de sedução, assim como são utilizadas pelas mulheres. As nádegas nos *nudes* são ilustradas, geralmente, como opulentas, grandes e carnudas, tendo aquelas mais “arredondas” e “arrebidadas” como as preferidas. No imaginário da cultura gay, o padrão de homem sexualmente passivo, principalmente no contexto brasileiro, tende a ser aquele

com “bunda perfeita”, “grande”, enquanto um homem de “bundão”, “de cintura fina e quadril largo”.

Na nossa cultura, o pênis está diretamente associado à inscrição de um corpo generificado como masculino, em um domínio totalmente sexuado (ZAGO, 2009, p. 90-91). O erotismo masculino é centralizado, definitivamente, no pênis, enquanto um instrumento de status, vitória e prestígio. Simbolicamente, o pênis é apresentado nos aplicativos de relacionamento como um objeto de consumo, que necessita ser “penetrante”, “potente”, “forte” e muitas vezes, em imagens que o apresente enquanto “ereto”, “longo”, “comprido”, “grosso”, “dotado”, enquanto credenciais necessárias para a correspondência com a masculinidade hegemônica (op. cit., p. 157). O pênis, quando ereto, se torna o símbolo central, no qual os atributos da masculinidade convergem, enquanto uma representação simbólica e física da virilidade, do “ser homem”. Por isso, os *nudes* são ilustrados por imagens de pênis eretos, e nunca flácidos, demonstrando, assim, a sua potência e sua extensão material, fundamentais para o contato sexual entre homens, assim como para afirmação de um gênero masculino, seguindo o regimento da cultura falocêntrica.

Para Zago (2009, p. 100), quanto maior o pênis, mais viril, mais másculo, mais macho será aquele homem. Nesse sentido, para além das imagens, os homens referem-se aos seus pênis, geralmente, com denominações que reforçam tais características, remetendo à agressividade e às relações sexuais “violentas”, enquanto metáforas para traduzir a afirmação de poder e a hierarquização de gênero presentes no próprio ato sexual (os verbos “dar” e “comer”, no sentido da passividade e atividade, respectivamente, são alguns dos exemplos possíveis).

De acordo com Pinho (2012, p. 180), as políticas sexuais e raciais que foram teatralizadas no espaço imaginário da pornografia gay, mobilizariam parâmetros para uma plataforma de repetição e reprodução de imagens e estereótipos em outros ambientes midiáticos, o que se observa no caso dos aplicativos de relacionamento. A imagem do homem negro nesses espaços é “vendida” como um homem sexualmente “selvagem”, “devasso”, “safado”, enquanto uma verdadeira “máquina de sexo”, reiterada por meio das imagens da “potente atividade sexual masculina” e da “virilidade exacerbada” no corpo, na pele e no pênis. No contexto racializado do Recôncavo Baiano, essas interpretações do imaginário gay estereotipado e racista são reproduzidas, tanto nos discursos e nas interações, quanto nas próprias apresentações dos perfis on-line.

CAPÍTULO 4 – DESEJO: CONSTRUÇÕES, PROBLEMAS E PERIGOS

4.1 – BREVE HISTÓRICO DO DESEJO HOMOSSEXUAL

Até meados do século XX, em grande parte do ocidente, as expressões do desejo homossexual ainda eram consideradas como uma espécie de loucura e, quando descobertas, justificaram terapias e internamentos forçados, com sessões de eletrochoque e lobotomia (MISKOLCI, 2017, p. 70). Paulatinamente, o homossexual deixava de ser um pecador, sob o viés ideológico cristão, para se tornar um doente, um anormal, uma espécie científica, que necessitava tratamento médico. Sob esse status patologizante, os homossexuais sofreram as mais diversas sanções sociais, da repressão sexual e erótica, que tratava o sexo homossexual como um tabu, algo vergonhoso, chegando até aos casos em que, em alguns países, a relação homossexual era tratada na qualidade de um crime.

Com base nas pesquisas realizadas por Richard Miskolci (2017, p. 71-72), observa-se que mesmo naqueles países em que as relações homoafetivas não eram consideradas como um crime, como é o caso do Brasil, elas ainda estavam sujeitas às perseguições policiais, principalmente com as batidas em bares, boates e demais áreas de homossocialização, sobretudo em espaços onde o *cruising* era praticado¹¹⁴. De forma geral, as relações entre homossexuais caíam na classificação, ou “vala comum”, da obscenidade pública, no qual era enquadrado um vasto espectro de comportamentos entendidos como imorais e promíscuos, que, supostamente, ameaçariam a norma heterossexual vigente, regulada pela moral e pelos bons costumes.

De certa forma, a homossexualidade sempre conviveu com a perseguição social e sob a constante vigilância moral, principalmente nas vias públicas, mesmo após o cenário de despatologização e descriminalização em boa parte do mundo. Ainda durante o século XX, uma nova força repressora passou a se estabelecer: ao invés das antigas autoridades religiosas, policiais e médico-psiquiátricas, que agiam com maior controle no passado,

¹¹⁴ De acordo com Miskolci (2017, p. 26), até 2016, as relações homossexuais, especialmente entre homens, eram consideradas como crime em mais de setenta países e, em treze deles, tais relações são passíveis até de pena de morte. Em alguns desses países, como Angola e Índia, tais relações deixaram de ser crime após 2016. Nesses territórios onde a homossexualidade era considerada como um crime, os aplicativos de relacionamento para homens gays chegaram a ser usados por autoridades policiais, com fins investigativos e de perseguição, para “caçar” homossexuais, o que levou aos provedores dos serviços tecnológicos, sediados nos Estados Unidos, a adaptar os aplicativos de maneira a não permitir mais a identificação exata do local do usuário, seguindo, portanto, uma lógica global para redefinir a funcionalidade das plataformas originadas em outro contexto social e político.

agora, as relações homoafetivas passavam a ser perseguidas e vigiadas pelos agentes culturais e midiáticos (MISKOLCI, 2017, p. 26).

Na mídia hegemônica, durante grande parte do século XX, a visão conservadora que perdurava sobre o desejo homossexual era a de um “desvio da natureza”, já que o pressuposto era dessa natureza enquanto um sinônimo da heterossexualidade reprodutiva. Em alguns casos, a homossexualidade chegava até a ser associada ao antipatriotismo, como se fosse uma ameaça às nações, entendidas enquanto “coletividades heterossexuais” (MISKOLCI, 2017, p. 17).

Luiz Felipe Zago (2013, p. 150-151) compreende que, na nossa sociedade, a heterossexualidade, enquanto o desejo sexual dirigido ao gênero oposto, passou a ser uma característica entendida como constituinte, definidora e imprescindível, de um tipo específico de masculinidade: a mais viril, a mais valorada, a mais aceita e a mais desejada socialmente. Enquanto uma norma sancionada, pautada em fatores biológicos, a heteronormatividade constituiu o imaginário do senso comum, ao determinar que homens devam se sentir atraídos por mulheres, pertencentes ao “sexo oposto”, através do desejo, nesse sentido, pelo corpo biológico reconhecido como naturalmente oposto, enquanto um percurso orgânico dos corpos e da natureza. Por ser tomada como natural, essa ordem tornou-se invisível, prevista e velada, sendo reproduzida no senso comum e no imaginário social sexual-erótico.

Dessa forma, a heteronormatividade, enquanto um dispositivo histórico e político, sincronizou os corpos, os gêneros e as sexualidades em torno de uma heterossexualidade presumida, sem comportar as possíveis fugas existentes. Em virtude disso, os binômios de sexualidade e gênero foram organizados (“macho/fêmea”, “homem/mulher”, “masculino/feminino”, “ativo/passivo”), e a sexualidade, assim, passou a ser tomada sempre no singular, quando não, nem era vista como tal, e sim como uma norma correspondente ao sexo biológico (ZAGO, 2013, p. 151). Nesse sentido, o binômio “hétero-homo” não apenas privilegiou o desejo heterossexual, mas estabeleceu também o seu principal desvio e o objeto de perseguição: o desejo homossexual (MISKOLCI, 2017, p. 60).

Visto que a visão normativa da sexualidade tratava os homossexuais como desviantes e anormais, a população LGBTQ, como um todo, passou a ocupar as posições sociais mais marginalizadas dentro da sociedade. Em tentativas de fugir das violências existentes, físicas e simbólicas, esses grupos passaram a criar espaços próprios de socialização (homossocialização), longe dos locais comuns de socialização heterossexual,

principalmente nos contextos urbanos, no qual eles representavam a maior parte ocupação territorial. Historicamente, o espaço público sempre pertenceu aos homens brancos heterossexuais e, por isso, a ocupação das cidades se deu em níveis desiguais entre mulheres, negros e homossexuais, que passaram a habitar os locais mais marginalizados na geografia urbana, constituindo verdadeiros guetos.

Para driblar as normas morais vigentes, homossexuais, em diversas partes do mundo, passaram a usar códigos específicos para socialização em ambientes onde predominava o heterossexismo, conhecidos como os “códigos para os entendidos”, a fim de identificar outras pessoas gays em ambientes públicos, particularmente nas buscas amorosas e/ou sexuais. Um desses códigos era a expressão “Are you a friend of Dorothy?” (que em tradução significava “Você é um amigo da Dorothy?”), utilizado por homens gays durante o período da II Guerra para identificar seus pares, em uma época que a homossexualidade era ilegal, principalmente nos EUA. A referência veio da personagem Dorothy Gale do clássico *O Mágico de Oz*, que foi interpretada pela atriz Judy Garland no filme homônimo em 1939. Tanto Dorothy, quanto a própria Garland, era consideradas como ícones da cultura gay, sendo a própria atriz enquanto uma das grandes defensoras da causa homossexual da época. Dessa forma, ser um “amigo da Dorothy” era o mesmo que dizer que a pessoa era homossexual, um “entendido”.

Códigos semelhantes ocorreram também na Inglaterra de meados do século XX, como o “amigo da rainha”, em referência a Rainha Elizabeth II, e, que também, logo se espalhou por outros países, inclusive o Brasil. Além disso, os homossexuais da época também faziam o uso de acessórios, utilizados para a identificação pública dos “entendidos” em espaços de socialização: diferentes chaveiros eram pendurados no bolso para indicar os papéis que preferiam na cama (passivo, ativo ou versátil); o uso dos lenços de diferentes cores no bolso do paletó, para identificar as diferentes preferências sexuais adotadas (branco para masturbação, azul claro para sexo oral); assim como sapatos e brincos específicos ou demais detalhes na aparência física, como cortes de cabelo.

Ainda no Brasil, o uso dos códigos somados ao território físico constituía uma área móvel chamada de “região moral”¹¹⁵, localizada em bairros periféricos ou em zonas marginalizadas nos grandes centros urbanos, onde a expressão do desejo homo-orientado era “permitida”, apesar dos riscos eminentes em transgredir com a ordem sexual-pública vigente. A interlocução estabelecida entre os “entendidos” era realizada por meio de

¹¹⁵ Nos moldes sociológicos da Escola de Chicago, a região moral consiste em um espaço em que formas diversas de marginalidade, e até ilegalidade, se encontram (MISKOLCI, 2017, p. 78).

sinais sutis e das trocas de olhares, nessas áreas onde o *cruising* era praticado, por homens que circulavam na busca por parceiros afetivos do mesmo gênero (MISKOLCI, 2017, p. 74-75).

Com a internet e o desenvolvimento das tecnologias digitais, os guetos foram ressignificados e os códigos da paquera entre pessoas gays foram importados e reinterpretados para os ambientes on-line. Os locais de homosocialização, como os bares e boates, em especial aqueles com fins para a caça sexual, como as saunas, banheiros públicos e casas de massagem, foram remanejados para o ciberespaço, reagrupados em redes sociais e aplicativos de relacionamento, predominando os mesmos recursos utilizados na busca sexual do passado para essa versão digital. O novo uso, reservado ao ambiente privado e logado à internet, passou a ser visto como um espaço “mais seguro”, em relação às ruas e às demais vias públicas, onde ainda predomina a violência, o conservadorismo e a heterossexismo.

Se de um lado a sociedade contemporânea ainda reforça o imaginário de que as relações homossexuais são um risco ou um problema a ser corrigido, a internet proporciona um novo espaço em que o sujeito desejante pode vivenciar o seu próprio desejo com mais segurança do que seria nas ruas. Nas análises de Larissa Pelúcio (apud MISKOLCI, 2017, p. 14), os aplicativos passaram substituir a prática do *cruising*, o flerte marginal das ruas, individualizando a busca afetiva, em sua forma tradicional, por meio da categorização dos perfis e da agência promovida na hora da seleção e do consumo afetivo, na manipulação das identidades nos perfis durante os processos de comodificação, e de certa forma também higienizando os contatos, longe das interações marginalizadas nas ruas, ao mesmo tempo em que passa a prezar por certo regime visual/estético dos corpos e das representações, pautado nos valores da heteronormatividade, da masculinidade hegemônica e da branquitude.

Atualmente, na segunda década do século XXI, a rua ainda segue como perigosa para aqueles que desejam pessoas do mesmo gênero, estando extremamente vulneráveis, principalmente, a violências físicas. Mesmo considerando que as ruas das grandes metrópoles tenham assistido desfiles de corpos que desafiaram regimes regulatórios de sexualidade e gênero, ainda hoje há humilhações, agressões e mortes presentes para

aqueles que ousam viver fora da heteronorma¹¹⁶ (PELÚCIO apud MISKOLCI, 2017, p. 12).

Contudo, nas últimas décadas, com a politização do sexo, o desejo homossexual passou a se dar, também, em vias públicas, de uma forma mais positiva e aceita do que antes. A Parada do Orgulho LGBTQ, como exemplo, consolidou uma nova forma de ativismo e visibilidade para essas pessoas, além de um novo uso das ruas (MISKOLCI, 2015, p. 67). Desde a sua primeira edição, a Parada LGBTQ (antes vista como Parada Gay ou Parada GLS) se apresentava como uma expressão afirmativa dessas identidades e de seus respectivos desejos, por meio do seu caráter festivo e político. Para Giddens (1993, p. 23), a imagem da nova identidade gay emerge, no final do século XX, como “positiva, colorida e legítima”, inspirada pelos referenciais norte-americanos de construção da identidade gay “out and proud” (assumido e orgulhoso). Apesar de que, para ocorrer tal valorização da homossexualidade, em níveis mais globais, foi necessário haver um passado árduo de lutas, perdas e recusas, que perpassou toda a história do movimento LGBTQ mundial, principalmente no contexto brasileiro.

O ano de 1969 pode ser considerado como um grande marco na história do movimento homossexual mundial. Na noite de 28 de junho de 1969, alegando o descumprimento das leis sobre a venda de bebidas alcoólicas, policiais tentaram mais uma vez fechar o bar Stonewall Inn, frequentado por homossexuais no bairro Greenwich Village em Nova York¹¹⁷, localizado em uma área entendida como “gueto homossexual” nos EUA da década de 60. Com a desculpa de que o local era uma propriedade da máfia italiana, o bar vinha sofrendo reiteradas invasões da polícia, que aleatoriamente prendia e agredia seus frequentadores. Como ação reativa, os homossexuais entraram em confronto com os policiais, gritando frases de efeito, como “Poder Gay” e “Sou bicha e me orgulho disso”. A batalha, que se transformou em um marco da luta gay, prolongou-se por cinco dias, sendo resolvida apenas com a intervenção do prefeito de Nova York, que ordenou o fim da violência policial sobre a comunidade. A partir de então, o dia 28 de junho é comemorado por mais de 140 países como Dia Internacional do Orgulho

¹¹⁶ O Brasil é um dos líderes mundiais no ranking da LGBTQfobia, assim como também assume a liderança no ranking em número de assassinatos de pessoas LGBTQ.

¹¹⁷ Em 28 de junho de 2019, o evento completou 50 anos, sendo comemorado mundialmente enquanto um símbolo na história de lutas pelos direitos da população LGBTQ, pela livre expressão das suas identidades, dos seus desejos e pela celebração do amor e da vida.

LGBTQ, através da realização de diversas paradas públicas de celebração dessas identidades e seus desejos (NUNAN, 2015, p. 71)¹¹⁸.

A rebelião de Stonewall propiciou o crescimento, a visibilidade e uma mudança de atitude dentro do próprio movimento homossexual. Nos seus primórdios, o movimento esteve ligado aos grupos de esquerda e a um feminismo radical, e após os eventos de 1969, ele se tornou, progressivamente, centrado em torno de uma política liberal autônoma, que buscava ganhar direitos e proteção legal contra o preconceito e a discriminação que acometia a população LGBTQ no mundo todo. Influenciado pelos movimentos norte-americanos, surge no Brasil, em 1978, um grupo de homossexuais organizados, em São Paulo, intitulado *Somos: Grupo de Afirmação Homossexual*, sendo a primeira organização pelos direitos dessa população no país.

Conforme outros grupos políticos apareciam, formados por artistas, jornalistas, psiquiatras, sexólogos, sociólogos, antropólogos e demais acadêmicos da época, um novo horizonte surgia para essa população, principalmente por meio da publicação de materiais mais favoráveis na imprensa, na academia e em mídias especializadas. Em vez de discutir a homossexualidade como uma patologia, estes estudiosos passaram a descrevê-la como apenas mais uma forma de comportamento sexual, semelhante à heterossexualidade de forma estrutural. Além de uma cobertura mais ampla (e menos estereotipada) da subcultura homossexual, por parte da imprensa tradicional, também surgiram publicações dirigidas exclusivamente para o público-consumidor gay (NUNAN, 2015, p. 31).

Ainda em 1978, surgia *O Lampião da Esquina*, formado por um grupo de intelectuais e jornalistas do Rio de Janeiro e de São Paulo, organizados em torno da publicação de um jornal mensal de circulação nacional, destinado ao público homossexual, principalmente masculino. O título do jornal aludia à figura do cangaço, além de sugerir a vida do homossexual nas ruas (NUNAN, 2015, p. 32). Com o objetivo de quebrar com o isolamento do espaço, no qual os homossexuais transitavam, e derrubar estereótipos associados à homossexualidade, o jornal discutia sexualidade, machismo, discriminação racial e entre outros assuntos, através de notícias, entrevistas, contos,

¹¹⁸ Nos EUA, a primeira Parada do Orgulho Gay ocorreu em Nova York, em 28 de junho de 1970, um ano após a rebelião de Stonewall (NUNAN, 2015, p. 71). Já no Brasil, a primeira parada ocorreu em 1997, em São Paulo. Dez anos depois, a Parada do Orgulho LGBTQ de São Paulo foi nomeada como a maior do mundo pelo Guinness World Records (2007). Na Bahia, a primeira Parada ocorreu em 2001, em Salvador, e, posteriormente, outras cidades baianas tiveram as suas primeiras edições, transformando-se em eventos anuais até hoje.

ensaios e informações sobre locais de socialização homossexual¹¹⁹. Além de tudo isso, o jornal também tinha uma seção destinada à busca por parceiros afetivos, por meio de anúncios, auxiliada pelo sistema de troca de cartas entre os seus leitores, funcionando, por alguns anos, como uma das primeiras tecnologias afetivas para homens gays em solo brasileiro¹²⁰.

Durante a década de 80, com o surgimento da AIDS e as crescentes mudanças na estrutura política nacional, parte da energia inicial destes grupos (que estava focalizada na conquista dos direitos homossexuais) cedeu lugar para lutas políticas mais amplas. O número de “grupos gays” diminuiu progressivamente neste período, apesar de algumas organizações iniciais, tais como o Grupo Gay da Bahia (GGB), liderado pelo antropólogo Luiz Mott, terem sobrevivido até os dias atuais, na frente da produção de pesquisas sobre a comunidade LGBTQ, principalmente no que diz respeito às violências de sexualidade e gênero¹²¹.

Ainda de acordo com a psicóloga Adriana Nunan (2015, p. 33), a irrupção da AIDS foi um evento responsável pelo agrupamento dos movimentos homossexuais do país na época, em uma mobilização coletiva de regime emergencial, concentrando seus esforços na organização de um sistema de prevenção e atendimento às vítimas, caracterizada de forma estigmatizada pela mídia enquanto uma “doença homossexual”. Durante o período da epidemia, o “meio gay” passou a ser associado à ideia de promiscuidade, doenças e, também, de afeminamento, já que a imagem da AIDS foi vinculada diretamente aos homens gays, principalmente aqueles mais afeminados. A busca por parceiros afetivos começou se estabelecer fora desse círculo (por meio dos gays entendidos como “fora do meio”) e longe dos locais comuns de homosocialização, vistos como “sujos” e “contaminados pelo HIV”.

¹¹⁹ Durante a ditadura militar, o jornal *Lampião da Esquina* também chegou a ser alvo de perseguição política, sendo objeto de investigação policial no ano de 1978, acusando seus editores de ofender a moralidade pública.

¹²⁰ O *Lampião da Esquina* teve uma breve vida, surgindo em 1978 e encerrando as suas atividades três anos depois, em 1981, por conflitos internos.

¹²¹ O GGB surgiu em 1980, enquanto uma ONG voltada à defesa da população homossexual, resistindo durante décadas na frente da luta por direitos no país. Com sede em Salvador, o grupo foi extremamente atuante no território baiano, incluindo na região do Recôncavo, organizando uma série de eventos específicos para essa população, em especial, as Paradas do Orgulho LGBTQ, mesclando o seu caráter festivo à luta política por direitos e reconhecimento. Em 2019, o grupo prestes a completar 40 anos, se junta ao lado das comemorações dos 50 anos de Stonewall e da 18ª Edição da Parada LGBTQ da Bahia, realizada em Salvador.

Apenas na década de 90, após a crise inicial da AIDS ter amainado e o processo de redemocratização do país ter promovido um cenário mais seguro, principalmente para aqueles de sexualidades dissidentes, que o movimento homossexual brasileiro adquiriu mais força política e, principalmente, midiática. No final da década de 90 para começo dos anos 2000, o termo “homossexualismo” passou a não ser mais utilizado, principalmente na mídia, devido ao sufixo “ismo” remeter ao status de uma doença. Nesse mesmo período, o Manual de Diagnóstico de Transtornos Mentais da Associação Psiquiátrica Americana removeu a homossexualidade dos padrões patológicos da Classificação Estatística Internacional de Doenças e Problemas Relacionados à Saúde da Organização Mundial da Saúde (OMS). No Brasil, na mesma época, o Conselho Federal de Psicologia também retirava a homossexualidade do quadro de doenças psíquicas, tornando-se proibida a oferta ou a participação de profissionais da área em eventos e serviços que viesse a oferecer “tratamento e cura da homossexualidade”, estimulando os seus psicólogos na contribuição de reflexões para a diminuição dos preconceitos, discriminações, estigmas e violências (NUNAN, 2015, p. 63).

Desde os anos 1980, a violência contra homossexuais tem representado um tema central para o ativismo homossexual e, progressivamente, também para governos e para a mídia nacional. A denúncia de agressões e discriminações motivadas pelo ódio dirigido a sujeitos de orientações sexuais e identidades de gênero dissidentes passou a ser um importante instrumento político para a trajetória do movimento homossexual brasileiro, que, no auge dos anos 90, divulgou a expressão “homofobia” para caracterizar esse tipo de violência.

O termo homofobia foi cunhado inicialmente pelo psicólogo norte-americano George Wimberg em 1972, enquanto o medo de ter contato com homossexuais, expressado por meio do preconceito, aversão, ódio e desprezo contra homossexuais, ou ainda pela imposição do homossexual ao ridículo, por meio de injúrias, zombarias e discriminações. Nas análises de Guacira Lopes Louro (2000, p. 35-36), a homofobia se reforçou pela visão da homossexualidade como se fosse uma "doença contagiosa", em virtude de todo o histórico de patologização da sexualidade homo-orientada. O conceito, reformulado nas últimas décadas, compreende essa fobia, também, por meio da resistência em demonstrar simpatia para com os sujeitos homossexuais, visto que a aproximação pode ser “interpretada” como uma adesão a tal prática ou a esta identidade.

O jurista argentino Daniel Borrillo (2010, p. 13-15), sendo um dos principais nomes nos estudos sobre a homofobia, a compreende por meio de um sistema

generalizado de hostilidades e rejeições, a partir do qual uma sociedade organiza um tratamento segregacionista sobre as orientações sexuais. No cerne desse tratamento discriminatório, a homofobia tem consequências diretas na hierarquização das sexualidades, conferindo a heterossexualidade um status de “superior e natural” perante as demais.

A diferença homo/hétero serve, sobretudo, para ordenar um regime de sexualidades, no qual somente os comportamentos heterossexuais se qualificaram como o modelo social a ser seguido. Nessa ordem, o sexo biológico (macho/fêmea) passou a determinar um desejo sexual unívoco (o desejo heterossexual), bem como um comportamento social específico (masculino/feminino). A divisão dos gêneros, dessa forma, por meio do sexo biológico e dos seus desejos sexuais, funciona como um mecanismo de reprodução da ordem biológica, sexista e heteronormativa, tendo o papel da homofobia enquanto a uma espécie de guardiã das fronteiras sexuais (hétero/homo) e de gênero (masculino/feminino).

Funcionando como esse dispositivo de vigilância das fronteiras de sexualidade e gênero, a homofobia atinge todas as pessoas, independentemente da orientação sexual, ainda que em distintos graus e modalidades. Por essa razão, que os homossexuais não são as únicas vítimas da violência homofóbica, se dirigindo também a todos os que não aderem à ordem clássica imposta sobre os gêneros¹²² (BORRILLO, 2010, p. 16). Sendo um dos princípios que organizam as masculinidades e a concepção ocidental de virilidade, a homofobia opera, também, como mais um obstáculo à expressão da afetividade e da intimidade entre os homens, principalmente entre os heterossexuais (LOURO, 2000, p. 34). Nesse tipo de relação, é necessário ter “cautela”, para manter a “camaradagem” (broderagem) dentro dos limites, empregando apenas gestos e comportamentos autorizados para o “macho”¹²³.

Enquanto prática, a homofobia, por muitas vezes, é algo que possui um caráter sutil e invisível, sendo praticada no cotidiano e compartilhada largamente no âmbito público. Ela reside no medo constante que a coletividade heteronormativa tem em ver que

¹²² O termo, pouco a pouco, passou a ser usado também em alusão a situações de preconceito, discriminações e violências contra pessoas LGBTQ, de forma geral, passando da esfera estritamente individual e psicológica para uma dimensão mais social e potencialmente politizadora (BORRILLO, 2010, p. 07-08). Para dar conta da diversidade existente, o termo homofobia pode ser substituído por LGBTQfobia ou lesbo-trans-bi-homofobia.

¹²³ No começo de 2019, em uma ação do Supremo Tribunal Federal (STF), foi aprovada a lei que criminaliza a LGBTQfobia, com a pena em até cinco anos, equiparando ao crime de racismo. A decisão foi comemorada pela população LGBTQ nacional e internacional, contrariando a atual força conservadora que assola o país.

a identidade homossexual possa ser valorizada, reconhecida e aceita, ou ainda na possibilidade de ver a desaparecer a fronteira e a hierarquia que sustenta a ordem heteronormativa vigente (BORRILLO, 2010, p. 16-17).

Nos aplicativos de relacionamento, ao passo que há o desfrute de uma vida afetiva tida como “mais segura”, acompanhada da liberdade de expressão dos desejos homoeróticos e das identidades LGBTQs, também há o predomínio de preconceitos, discriminações e violências, através da internalização e da reprodução da LGBTQfobia pelos próprios usuários dessas plataformas e as respectivas reproduções sistemáticas, tanto nas apresentações dos perfis, quanto nas interações privadas:

Há muita homofobia aqui. Principalmente com o povo que é passivo, afeminado. Há muita violência no tratamento daqueles caras que se acham machões, metidos a hétero. Eles acham que são homens de verdade e a gente não (Silas, usuário do app Scruff, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/07/2018).

Têm muita homofobia aqui na cidade! Os moradores comentam, falam mal, tem muito preconceito. Muitos dos caras aqui não curtem afeminados, preferem os discretos, sigilosos, com pegada de macho. Isso pra mim é homofobia! (Rafael, usuário do app Hornet, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Santo Amaro e sexualmente passivo. Entrevistado em 17/06/2018).

Tem vários exemplos: tem aqueles que se acham machões e que colocam no perfil que não curte afeminados, afetados e outras coisas que eles chamam. Eles acham que falando isso ou querendo isso, tornam eles mais homens. Eu chamo isso de gay homofóbico! (Leonardo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 27/05/2018).

A partir dos relatos expressos, há a ilustração de três diferentes casos de homofobia nos aplicativos de relacionamento analisados: o primeiro, abordado por Silas, relata a homofobia presente na estrutura dos aplicativos, nas interações e nas apresentações, direcionada aos indivíduos passivos e/ou afeminados, visto que o que impera é a presença da heteronormatividade e a construção de um respectivo padrão de masculinidade, sendo classificado como aquele mais valorado nesse espaço; o segundo caso, narrado por Rafael, compreende a visão da homofobia presente nas cidades do interior da Bahia, no território do Recôncavo Baiano, circulando na mentalidade da população local e disseminada através de comentários maldosos e da reprodução de preconceitos. Nos aplicativos, o que ocorre entre os usuários geolocalizados no território do Recôncavo Baiano, a partir das opiniões expressadas por Rafael e Leonardo, se configura na preferência por aqueles que se apresentam e/ou se identificam através do

comportamento sigiloso e discreto em contraposição àqueles que são enquadrados como “afeminados”.

Para compreender o seu funcionamento complexo, torna-se necessário analisar a homofobia para além de um mero preconceito que reside nos comportamentos dos indivíduos, mas também entender as articulações presentes na cultura e nas instituições sociais. A homofobia se alimenta da mesma lógica que as outras formas socioculturais de violência e inferiorização: através da atitude em desumanizar o outro, tornando-o inexoravelmente diferente, na qualidade de inferior e/anormal. Consiste em um sistema generalizado de humilhação, exclusão e violência, que adquire requinte a partir de cada cultura em que está inserindo, adotando as formas específicas de organização com base nas características locais/regionais, já que essa forma de preconceito exige ser pensada a partir da sua intersecção com outras formas de interiorização existentes, como ocorre com o racismo, a xenofobia e o classismo (BORRILLO, 2010, p. 09). Em virtude disso, a homofobia também pode orientar a ação das pessoas LGBTQs para outras pessoas do mesmo grupo, enquanto um sistema de opressão internalizado por esses grupos, a partir da ideologia heterossexista.

Além disso, a homofobia também pode ser interiorizada, no âmbito individual, por meio do sentimento de vergonha de si mesmo, aprisionando o indivíduo homossexual na negação da sua identidade sexual, fazendo com que se esconda e que torne a sua homossexualidade como algo invisível, camuflado, para não ser identificado como tal pelos outros. Quando interiorizado, esse preconceito, seja por medo, insegurança ou sentimento de inadequação, também submete as pessoas homossexuais a uma situação de subordinação e violência psicológica e simbólica.

Recentemente, com o fortalecimento das lutas políticas em torno das questões de gênero e sexualidade, o governo brasileiro passou a trabalhar com os movimentos sociais, encampando demandas em forma de políticas públicas. Dentre elas, cito o programa “Brasil Sem Homofobia”, uma política oriunda da articulação entre o governo do ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011) e a sociedade civil. Por meio de uma série de ações nas áreas da educação, saúde, segurança pública e trabalho, o programa, que durou por mais de 10 anos, promovia os valores de respeito à diversidade sexual, a garantia de direitos e a inclusão de serviços e políticas públicas específicas para atender essa população, voltadas para a diminuição do preconceito e da discriminação por orientação sexual e identidade de gênero em diversos setores, a fim de combater,

principalmente, a onda de violência que, progressivamente, assolava a população LGBTQ no país¹²⁴.

A homofobia se configura em um fenômeno complexo e variado, que pode ser percebido desde em piadas banais, injúrias e insultos, que tendem ridicularizar e inferiorizar o indivíduo homossexual, até suas formas mais brutas, como as violências físicas e assassinatos. Segundo os dados recentes do Grupo Gay da Bahia (GGB, 2019), a intolerância aos homossexuais mata, em média, um LGBTQ a cada 20 horas no país. Nos últimos anos, foram documentadas 314 mortes de LGBTQs no Brasil em 2013, seguidos de 320 em 2014 e 319 em 2015. Em 2016, esse número se elevou a 343 mortes, sendo que nesse ano, a Bahia ocupou a segunda posição, entre os estados brasileiros, em número de mortes, registrando 32 assassinatos em seu território¹²⁵. Nos anos seguintes, o GGB registrou 445 mortes em 2017, recorde no número desde o início do processo de levantamento nos anos 80. Dessa elevada estatística, 43,6% eram de homens gays, geralmente jovens Z, na faixa dos 18 aos 25 anos (GGB, 2018).

Em 2018, o GGB registrou 420 mortes, e só no primeiro semestre de 2019, foram registrados 141 homicídios, com a Bahia seguindo em segundo lugar no ranking nacional (G1, 2019). De forma geral, o Brasil continua figurando como campeão mundial em crimes LGBTQfóbicos, em particular no número de homicídios, tendo a região Nordeste destacada como a mais violenta para um LGBTQ viver, documentando 146 mortes, segundo o relatório do GGB do ano de 2018. No Brasil, de forma generalizada, matam-se mais homossexuais do que em países onde há pena de morte para pessoas LGBTQs.

Apesar do cenário extremamente violento e genocida, conquistas fundamentais foram alcançadas no século XXI pelas pessoas LGBTQs, principalmente no contexto nacional¹²⁶. Em 2011, o Supremo Tribunal Federal (STF) equiparou as relações entre homossexuais à união estável, assegurando aos casais homossexuais os direitos civis

¹²⁴ Durante os períodos pré e pós eleições presidenciais de 2018 no Brasil, diversos relatos e *prints* surgiram na internet, provenientes de pessoas LGBTQfóbicas, inseridas nos aplicativos de relacionamento para promover ofensas contra as pessoas LGBTQs. Grupos fascistas passaram a se organizar, com o crescimento da onda conservadora no país, publicando na internet diversos ataques a população LGBTQ, de discursos de ódio até ameaças de extermínio. O pânico generalizado levou a exclusão de contas e adoção de políticas de segurança, provenientes do medo de sofrer alguma violência. Nesse período, os próprios apps divulgaram notas e mensagens em apoio à população LGBTQ, além de medidas necessárias para segurança on-line, assim como aquelas adotadas em países que classificam a homossexualidade como um crime.

¹²⁵ A primeira posição nesse ranking foi ocupada por São Paulo, registrando 49 homicídios em 2016.

¹²⁶ Nesse cenário de conquistas da população LGBTQ no território nacional, listo também o decreto da ex-presidenta Dilma Rousseff, de 2016, que autorizava o uso do nome social legal por travestis e pessoas trans em todo país, enquanto um dos desdobramentos do programa Brasil Sem Homofobia nos governos petistas.

semelhantes aos estipulados a heterossexuais, como direito à herança, adoção de crianças e inclusão do parceiro como dependente em planos de saúde e previdência. Em 2012, ocorreu o primeiro casamento gay no Brasil, por meio da justiça de São Paulo, e, posteriormente, em 2013, por decisão do STF, todos os cartórios do país foram obrigados a converter as uniões estáveis homoafetivas em casamentos civis¹²⁷. Houve avanços, por certo, mas recusas e violências ainda persistem em nosso território (MISKOLCI, 2017, p. 13).

Ainda que tenham se alargado as possibilidades de encontros para homens que buscam se relacionar de forma amorosa e/ou sexual com outros homens, estes têm se dado cercados por recusas, frustrações e regulações que os próprios usuários estabelecem, como uma espécie de filtro moral, excluindo aqueles que não parecem dignos do desejo do outro (op. cit., p. 15). Desejar algo significa expressar um gosto, uma preferência por algo ou alguém, enquanto uma construção sociocultural, realizada por meio de classificações e critérios que são acionados no momento de escolha, muitas vezes, em acordo com os padrões hegemônicos instituídos.

As condições sociais para viver relações com pessoas do mesmo gênero mudaram, mas estão longe de serem plenamente reconhecidas na vida cotidiana. A atualização histórica dos meios para buscar parceiros mapeia um cenário marcado por obstáculos na realização de vivências plenas nos âmbitos amorosos e sexuais, envolvendo as pessoas homossexuais. Cartas, anúncios, linhas telefônicas, salas de bate-papo on-line e, por fim, aplicativos de relacionamento são todos meios alternativos, enquanto formas inventivas para lidar com as proibições morais, as violências simbólicas e as constantes ameaças que mantêm as relações entre homossexuais sob vigilância e controle contínuo. Para Miskolci (2017, p. 34), em termos sociológicos, há elementos estruturais, como a ordem política e econômica, que tornam certo desejo possível ao passo que inibe ou proíbe outros, sendo esses elementos definidos por meio do tempo histórico, espaço social e cultura em que estão inseridos, de acordo com as relações de poder expressas, por exemplo, em definições legais, médicas e/religiosas sobre o que é considerado aceitável, recusado ou meramente tolerado.

Os aplicativos de relacionamento permitiram a constituição de verdadeiras redes de desejo. O sentimento de agência desejante, de estar em um espaço, até então inovador,

¹²⁷ Desde o começo do século XXI, mais de 30 países passaram a permitir o casamento legal entre pessoas homossexuais.

em que se pode desejar e ser desejado pelos outros, por si só já se configura em uma prática de prazer e satisfação das necessidades de consumo afetivo. Além disso, a busca por parceiros afetivos em um aplicativo de relacionamento também pode se configurar em uma forma de se obter reconhecimento do desejo homossexual, associado a um reconfortante sentimento de normalidade na paquera e na vivência da sexualidade e adequação social das identidades homossexuais (MISKOLCI, 2017, p. 126-127). Ademais, constituem-se, também, enquanto novas formas de falar sobre homossexualidade e masculinidade, assim como o estabelecimento de outras formas afetivas entre homens, não necessariamente amorosas ou sexuais, em níveis globais, regionais e locais.

4.2 – QUESTÕES SOBRE SAÚDE NO CIBERESPAÇO

O discurso médico-psiquiátrico classificou, por séculos, a homossexualidade como uma anomalia biológica, um verdadeiro problema para a saúde pública, substituindo a linguagem religiosa sobre a sodomia, e atuando em concerto com a linguagem judiciária que considerava a homossexualidade como um crime/delito, em alguns países (BOZON, 2004, p. 142). Até o século passado, a homossexualidade ainda permanecia sob a mira dos discursos médicos, perdurando a caracterização do desejo homo-orientado como se fosse uma espécie de “doença contagiosa”.

Como abordado anteriormente, essa visão começou a perder seu status em meados do século XX, com a Revolução Sexual e o movimento *Gay Liberation*, ao trazer uma nova concepção de sexualidade, muito mais ampla e diversificada, estendendo o caráter de normatividade para outros padrões sexuais, para além do modelo heterossexual previamente estabelecido. Até que, na década de 80, a homossexualidade e as demais sexualidades dissidentes sofreram um novo processo de estigmatização social, em que foram patologicamente repaginados com a epidemia do HIV/AIDS¹²⁸.

A AIDS (Síndrome da Imunodeficiência Adquirida) é uma doença que ataca o sistema imunológico humano, proveniente do agravamento do vírus HIV no organismo (Vírus da Imunodeficiência Humana), contraído, por muitas vezes, através das relações sexuais desprotegidas. A doença se espalhou primeiramente entre os usuários de drogas

¹²⁸ Em 1981, o jornal norte-americano *The New York Times* noticiava uma doença “misteriosa”, encontrada em um grupo de homossexuais de Los Angeles que afetava o sistema imunológico. Se iniciando, assim, a história da epidemia de HIV/AIDS no mundo.

injetáveis, que compartilhavam seringas, e, também, entre homossexuais masculinos, devido aos hábitos de troca de parceiros constantes, em conjunto com o sexo penetrativo sem proteção.

Com o aparecimento inicial da doença entre os homossexuais, consequências diretas vieram em direção à comunidade LGBTQ, principalmente em virtude do estigma social historicamente atribuído a eles. A epidemia voltou a complexificar as relações sociais entre homossexuais, principalmente entre os homens gays, dificultando, ainda mais, a inserção social desse grupo, e servindo de instrumento para acentuar o preconceito e a discriminação existente contra todas as pessoas de sexualidades dissidentes. Além disso, a epidemia teve um impacto direto na afetividade LGBTQ, espalhando os sentimentos de solidão, medo e abjeção entre todos: de sadios a infectados pelo vírus.

Particularmente, a homossexualidade masculina se transformou em um “sinônimo de AIDS”, já que no início da epidemia tal associação chegou ao ponto de que a doença, recém-descoberta, era chamada de GRID (Gay Related Immunodeficiency, em tradução, imunodeficiência relacionada aos gays) nos meios científicos, e de outros nomes pela imprensa e pela opinião pública, como “câncer gay”, “peste gay” ou “peste rosa”, antes mesmo de ser chamada de AIDS (TERTO JR., 2002, p. 148). A noção de “peste”, evocada pela mídia, se configurava em uma forma de associação da doença a um castigo divino, reiterada sob os olhos conservadores, que reforçavam a imagem religiosa da homossexualidade enquanto um pecado e um desvio moral.

Nos diversos discursos da época, a culpa da doença recaía, principalmente, sobre os ombros dos homens gays, enquadrando-os enquanto “pessoas de risco”¹²⁹ para o contágio pelo HIV, sobretudo pela pouca informação epidemiológica no período (ZAGO, 2009, p. 56). Desde então, as relações sexuais entre homens passaram a evocar a ideia de risco, não apenas de contaminação individual, mas, por meio de imaginário epidemiológico que se espalhou, como uma ameaça para a saúde das famílias e da sociedade como um todo.

Em tempo de AIDS, a preocupação com o exercício do "sexo seguro" tornou-se reforçada, através de novos modos de encontrar prazer corporal, por meio do uso de preservativos (camisinhas) e outras formas de prevenção (LOURO, 2000, p. 16). Contudo, o “prevenir”, em uma época em que não havia um tratamento efetivo para a

¹²⁹ O grupo de risco incluía homossexuais, bissexuais, travestis, transexuais, usuários de drogas injetáveis, hemofílicos e profissionais do sexo (mulheres e homens).

AIDS, incluía recusas e exclusões sociais, principalmente no campo afetivo: de inúmeros critérios para a “melhor” seleção dos parceiros sexuais até a total abstinência sexual. A AIDS e outras infecções sexualmente transmissíveis passaram, assim, a se inserir na maioria dos cenários sexuais, principalmente entre os mais jovens, elencando a camisinha como um item obrigatório para aqueles pretendiam (e ainda pretendem) levar uma vida sexualmente ativa e saudável.

A onda de mortes causadas pela epidemia, quando ainda não existia um diagnóstico ou tratamento adequado, levou a um pânico moral generalizado, temendo principalmente o homossexual e o sexo entre pessoas do mesmo gênero (MISKOLCI, 2017, p. 79), assim como o pânico no interior da própria cultura gay e as suas vidas nas boates, nos bares, no “meio gay” e nas áreas de *cruising*. Até meados da década de 90, a AIDS ainda não possuía uma terapia específica, o que tornava a condição de um soropositivo enquanto um sentenciado à morte, além do tratamento como um sujeito a ser “evitado”, “temido” e “excluído” do convívio social. Para Giddens (1993, p. 38), a AIDS foi responsável por reintroduzir a conexão entre a sexualidade com a morte.

Nesse período, o consumo das ruas pelos homossexuais acabou sofrendo um grande impacto (ZAGO, 2009, p. 56). Os encontros casuais entre homens gays nos espaços públicos de sociabilidade escassearam, com a deliberada diminuição do *cruising* e aumento da recusa ao “meio gay”, visto como um ambiente “contaminado e contaminante”, se encerrando em torno de uma geografia dada como evitável (PELÚCIO apud MISKOLCI, 2017, p. 13). Do final da década de 1980 até o começo dos anos 90, as buscas por parceiros afetivos, principalmente sexuais, passavam a se dar fora do circuito das boates e bares voltados para homossexuais, em uma tentativa de, assim, buscar homens com menor probabilidade de estarem contaminados com o vírus HIV, os chamados “fora do meio” (MISKOLCI, 2015, p. 81).

A internet comercial surgia no mesmo período, e com isso, muitos homossexuais buscavam a realização da afetividade por meio da web, como outra forma de buscar parceiros entendidos como “fora do meio” (MISKOLCI, 2015, p. 81). Essa busca por usuários entendidos enquanto “fora do meio gay” se configura em uma forma de segmentar a busca, instituindo padrões específicos de sujeitos e práticas, além de constituir em uma forma de higienizar os corpos: retirando-os das zonas vistas como “contaminadas”, e inserindo-os em um espaço “limpo e livre de doenças”. A internet passa a se configurar como esse espaço, em que os usuários, principalmente dos sites e

aplicativos de relacionamento, passam a ser vistos como “saudáveis”, principalmente em associações a outros caracteres, como a presença de corpo “sarado”.

Nos anos 90, no auge da epidemia, a mídia internacional passava a ilustrar, constantemente, as vítimas de AIDS através dos corpos extremamente magros e fragilizados, como uma das consequências no agravamento da doença. No mesmo período, e como resposta direta, estouravam as academias de musculação e o movimento da *Geração Saúde*, fazendo com que comunidade gay passasse a valorizar os corpos viris e másculos, como uma possível fuga dos corpos magros e debilitados pela doença, associados diretamente à homossexualidade, em particular aos afeminados. Assim, o “sarado”, também enquanto um corpo “higienizado”, passava a ser visto como aquele que não possuía o vírus HIV, logo, como um corpo “fora do meio gay” (MISKOLCI, 2017, p. 80)¹³⁰.

A irrupção da AIDS e o acometimento dos homossexuais pela doença fomentaram novas organizações do movimento homossexual, da mesma forma em que fortaleceu aquelas já existentes. Os grupos ativistas se mobilizaram, coletivamente, em torno dos esforços para atender as vítimas da epidemia, assim como na construção de um sistema de prevenção e conscientização contínuo (NUNAN, 2015, p. 33). A luta contra a AIDS se misturava, assim, as pautas anteriores, pelo direito à livre expressão social da homossexualidade, em uma tentativa de diminuir o preconceito preexistente.

Somente em 1996, surgia, assim, o coquetel antirretroviral contra o HIV, e no ano seguinte o Programa Nacional de AIDS no Brasil, oferecendo gratuitamente o tratamento aos portadores do vírus por meio do Sistema Único de Saúde (SUS). Com o processo de distribuição pública da terapia antirretroviral no Brasil, pouco a pouco começou a se modificar a percepção de que a soropositividade seria mortal, chegando, atualmente, a um contexto em que ela é vista como uma espécie de “doença crônica”, com tratamento efetivo e disponível de forma gratuita (MISKOLCI, 2015, p. 67).

Assim, adentramos em outro imaginário sobre a AIDS, menos pautado pelo pânico sexual e mais pela marcação de uma parte da sociedade com o carimbo da soropositividade, enquanto uma condição paradoxal em que não se é doente ou tampouco sadio. O soropositividade passou a se tornar uma questão de saúde pública, porém

¹³⁰ Para Zago (2009, p. 85), o termo “sarado” vem do verbo “sara”, que significa curar-se de alguma doença, restabelecendo a saúde de um corpo enfermo. Dessa mesma forma, esse corpo sarado pode ser entendido como aquele longe do vírus HIV e da imagem corpo magro/debilitado proveniente do agravamento da AIDS.

mantendo os traços do passado de um “temor coletivo”, com maior incisão sobre a população LGBTQ, sendo um dos principais grupos afetados pela doença, até os dias atuais. Com o atual controle do vírus HIV, não há mais a “face” de quem está infectado, podendo estar presente em todos os grupos sociais, tanto em heterossexuais, quanto em homossexuais, da mesma forma em que pode estar presente em corpos sarados (padrãozinhos), magros ou gordos¹³¹.

Os jovens da Geração Z nasceram e cresceram em um período em que a epidemia de AIDS já tinha sido “controlada”, através da terapia antirretroviral, e como consequência, as gerações mais novas tenderam a minimizar os efeitos da doença e as preocupações referentes a um sexo seguro, diferentemente das gerações antecessoras, que vivenciaram os horrores do auge da epidemia. Em decorrência desses e de outros fatores, observa-se um aumento da infecção pelo vírus HIV nos últimos anos, principalmente entre os jovens (entre 15 a 24 anos), de acordo com o Boletim Epidemiológico HIV-AIDS 2018, divulgado pelo Ministério da Saúde¹³². O aumento no número de casos, principalmente na região Nordeste, pode ser explicado por uma série de fatores, sobretudo pelo fato da probabilidade do vírus agir no organismo de forma silenciosa e indetectável, associado a um sexo desprotegido (sem o uso de preservativos) e pelo reforço de preconceitos e estigmas, principalmente em relação às práticas sexuais seguras.

No cenário atual, os diversos serviços voltados ao consumo afetivo, como o exemplo dos aplicativos de relacionamentos, impulsionam às práticas sexuais seguras, principalmente através do uso da camisinha, além da realização constante de exames. Desde a criação dos aplicativos de relacionamento, na primeira década dos anos 2000, a soropositividade passou a ganhar centralidade nesses ambientes, visto que seções foram reservadas a informação sorológica nos perfis, em relação ao quadro do vírus HIV no usuário (negativo ou positivo), auxiliado pela exibição do último exame com data¹³³. Nos

¹³¹ O passado fortaleceu a associação da homossexualidade ao HIV/AIDS, ao passo que afastou os heterossexuais do quadro de “grupo de risco”. Culturalmente, há uma visão das relações sexuais heterossexuais enquanto “imunes às ISTs” e a classificação da camisinha nessas relações como um mero instrumento contraceptivo. As recentes pesquisas na área de saúde revelam que está havendo um aumento considerável dos casos de infecção por HIV e por outras ISTs em pessoas heterossexuais, de ambos os gêneros, principalmente entre os mais jovens (BOLETIM EPIDEMIOLÓGICO HIV-AIDS, 2018).

¹³² De acordo com o mesmo boletim de 2018, também houve um aumento nos casos entre a população negra. Além disso, a maior parte dos casos ainda envolve os homens homossexuais e bissexuais, perante as taxas dos homens heterossexuais.

¹³³ Dentre uma das formas de prevenir o contágio pelo vírus HIV, tornou-se mundialmente popular o uso das PrEPs - as profilaxias pré-exposição. Diversos anúncios nos aplicativos de relacionamento informavam sobre o uso do medicamento, que logo se tornou uma febre, principalmente entre os homossexuais, no mundo todo. Contudo, essas profilaxias apenas impedem a transmissão do vírus HIV a partir do uso

contextos norte-americanos, onde os aplicativos de relacionamento foram desenvolvidos, tais informações são necessárias na constituição da afetividade dos homens gays, principalmente em regiões como San Francisco, no estado da Califórnia, estudadas por Richard Miskolci em seus trabalhos sobre aplicativos de relacionamento, compilados no livro *Desejos digitais* (2017). No Brasil, e em específico no contexto do Recôncavo Baiano, compreendo que tais informações são postas em segundo plano, visto que nem todos os usuários informam em seus perfis o status sorológico ou se torna uma questão central para o estabelecimento afetivo entre os homens gays dessa região.

O que prevalece, principalmente nas falas de todos os colaboradores desta pesquisa, é a conscientização de um sexo seguro, em especial com o uso de preservativos, e a preocupação na possibilidade de se infectar pelo vírus HIV ou por outra infecção sexualmente transmissível (IST), através do sexo desprotegido. Contudo, se a ausência do status sorológico se torna um fator irrelevante para o estabelecimento afetivo, a afirmação de uma soropositividade no perfil pode ocasionar na abjeção sumária do usuário infectado pelos demais usuários soronegativos¹³⁴.

Só faço sexo com proteção e faço testes anuais (Silas, usuário do app Scruff, 18 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 15/07/2018).

Não transo com ninguém sem preservativo. É fundamental! Em todas as práticas sexuais, até sexo oral (Vinicius, usuário do app Grindr, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário e funcionário público, natural da cidade de Sapeaçu e sexualmente ativo. Entrevistado em 12/06/2018).

Eu até vejo o status da galera. Se for positivo, eu caio fora. Mas a melhor opção mesmo é usar camisinha. Não tem como saber quem tem ou não HIV (Alan, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante, residente da cidade da Muritiba e sexualmente versátil. Entrevistado em 12/06/2018).

Faço exame de sangue de 6 em 6 meses e sempre com camisinha (Marcelo, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, cabeleleiro, residente da cidade de Sapeaçu e sexualmente passivo. Entrevistado em 20/05/2018).

Uso camisinha em todas às vezes. Até quando namoro. Sem exceção (Tomaz, usuário do app Grindr, 26 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante

contínuo do medicamento, e sendo ineficaz no caso de outras ISTs como a sífilis e a gonorreia. Nesse sentido, a camisinha ainda continua sendo o método mais seguro na prevenção das infecções sexualmente transmissíveis.

¹³⁴ Alguns usuários optam por expressar a soropositividade nos aplicativos por meio de diversas ilustrações em seus perfis (imagens e símbolos que indicam positividade, status sorológicos, entre outros). O *sororting* consiste nessa escolha dos parceiros por meio da informação de seus status sorológicos - positivo ou negativo ao vírus HIV (MISKOLCI, 2017, p. 224).

universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 19/06/2018).

Cara, não transo sem camisinha de jeito nenhum. E faço exames regularmente (Rômulo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 22/05/2018).

Camisinha sempre, não rola se não tiver (Leonardo, usuário do app Hornet, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante de universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 27/05/2018).

Com certeza! Camisinha sempre! Mas só na penetração apenas, porém no sexo oral, eu uso aparelho, então às vezes machuco a minha boca ou até mesmo a gente morde sem querer, então se eu estiver com a boca machucada, eu não faço sexo oral. São essas precauções que eu tomo para me cuidar (Pedro, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 06/06/2018).

Camisinha sempre. Taco camisinha no danado. Se der ainda coloco duas KKKKK (Micael, usuário do app Grindr, 26 anos, branco, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente passivo. Entrevistado em 23/05/2018).

Camisinhas sempre, em todas as práticas. Quem é louco de não se prevenir? Faço exames regularmente também (Matheus, usuário do app Scruff, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/passivo. Entrevistado em 12/06/2018).

Oral com camisinha é terrível. Se bem que foi mais o povo me chupando do que eu a eles. A vida é feita de apostas, por sorte nenhum deles mentiu quando falou em relação a doença. Já fiz os exames e não peguei nenhuma DST. Faço exames duas vezes ao ano, exame de sangue (Iago, usuário do app Scruff, 26 anos, negro, bissexual, solteiro, servidor público, natural da cidade de São Felipe e sexualmente versátil. Entrevistado em 15/04/2018).

Uso camisinha. Menos no sexo oral, que não gosto de chupar bala com papel (Caio, usuário do app Scruff, 19 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade da Cachoeira e sexualmente versátil. Entrevistado em 07/05/2018).

Todos os usuários entrevistados afirmaram que faziam o uso de preservativos regularmente, na maior parte de suas práticas sexuais. Observa-se, contudo, que o uso dos preservativos se tornava mais presente durante as práticas sexuais penetrativas anais, no qual o imaginário social gay compreende ser um tipo de relação sexual que envolve um “maior risco de contaminação”, em relação às outras práticas sexuais desenvolvidas. Em decorrência disso, oito colaboradores desta pesquisa disseram que faziam sexo oral sem camisinha, já que estas eram vistas como de “menor risco de contaminação” pelo contágio de HIV, embora friso que o sexo oral também se configura em uma possível via de

transmissão do vírus, além de ser uma porta para outras infecções sexualmente transmissíveis.

Durante os processos de observação, participante e não-participante, notifiquei apenas um perfil, no aplicativo Hornet, que se identificava como soropositivo no território do Recôncavo Baiano. A baixa presença de perfis que se afirmavam como “soropositivos” pode ser interpretada pela falta de necessidade na informação sorológica para o estabelecimento afetivo nessa região, assim como também pela desqualificação e recusa dentro próprio meio gay perante aos indivíduos que carregam o vírus, transformando a negação pública de um possível status sorológico positivo como uma forma de evitar prováveis discriminações. Além disso, muitos podem carregar o vírus sem ter ao menos conhecimento, e, por isso, os próprios aplicativos incentivam, constantemente, por meio de anúncios, tanto à adoção por um sexo protegido, quanto à realização de exames regularmente.

De certa forma, assim como outros pontos já levantados, os aplicativos de relacionamento trazem a continuidade da ordem social, o que inclui preconceitos e discriminações exteriores. Os aplicativos, ilustrados por corpos musculosos e viris, impulsionam a um modelo hegemônico de corporalidade entendido como “saudável”, construído por meio de exercícios físicos, dietas e tratamentos estéticos, logo, livre de quaisquer doenças, principalmente aquelas “visíveis”. Dessa forma, essas mídias, que possuem um caráter higienizador, impelem a presença de corpos visivelmente enquadrados como “fora dos padrões”, o que inclui os corpos magros ou gordos em excesso, envelhecidos/enrugados, negros, e, principalmente, aqueles afeminados.

Quase quarenta anos depois, a AIDS continua sendo um grave problema no cotidiano dos homossexuais masculinos, principalmente no atual contexto dos aplicativos de relacionamento. As representações sociais que identificavam os homossexuais ora como vilões, ora como vítimas da AIDS, ainda permanecem e fazem com que, individualmente, continuem a sofrer com os estigmas e preconceitos decorrentes da associação com a díade AIDS-homossexualidade, e pela própria possibilidade de vir a infectar-se com o vírus, caso não sejam adotadas as devidas práticas sexuais seguras¹³⁵ (TERTO JR., 2002, p. 148).

¹³⁵ Até hoje, os homossexuais que se autoidentificam na hora da doação de sangue são proibidos de doar, nos hospitais públicos e nos bancos de sangue, por conta de uma portaria do Ministério da Saúde, que ainda considera o grupo como um potencial de risco para o HIV/AIDS e outras infecções sexuais transmissíveis (TERTO JR., 2002, p. 149).

4.3 – O ARMÁRIO ON-LINE: SIGILO E DISCRIÇÃO

Na segunda metade do século XX, a maioria das pessoas entrou em contato com o desejo homossexual, ouvindo injúrias dirigidas àqueles que o expressassem. A homossexualidade passou a ocupar uma posição relegada em nossa sociedade, sendo reconhecida socialmente enquanto uma sexualidade totalmente abjeta (MISKOLCI, 2017, p. 66). Inseridos em uma espécie de “pedagogia do terror”, os homossexuais “aprenderam” a vivenciar os seus desejos afetivos fora do âmbito público, entendido como uma propriedade da coletividade heterossexual, passando a existir apenas nos espaços privados, totalmente em segredo, no interior dos armários.

O “armário” (ou *closet* em inglês), é um termo popularmente utilizado para se referir a esse espaço simbólico de regulação da vida das pessoas homossexuais, a partir de uma política de visibilidades que classifica o padrão heterossexual como o hegemônico, atribuindo qualidades para os seus respectivos comportamentos, que são exibidos e ostentados constantemente. Esse armário passa a ser ocupado, sumariamente, pelas pessoas enquadradas como “homossexuais não-assumidas”, ocupando o interior desse espaço (“dentro do armário”), ou ainda pelas pessoas que estão no processo de se assumir, regulando a visibilidade de sua sexualidade tanto íntima, como publicamente.

A teórica *queer* Eve K. Sedgwick, em seu clássico trabalho *A epistemologia do armário* (2007, p. 22), compreende os armários enquanto construções sociais estruturadas em torno de leis sociais, culturais, físicas e visuais, e orientadas por uma economia simbólica que envolve levantamentos, cálculos e estratégias, a fim de regular a linha existente entre o sigilo e a exposição das sexualidades. São configurações de uma produção discursiva, oriundas de um específico arcabouço sociocultural e político, pautado em valores cristãos, sociobiológicos, masculinistas e heterossexistas.

O armário funciona como uma instituição social, presente na vida de todos os homossexuais: tanto em níveis individuais, entre aqueles que vivenciam suas vidas afetivas total em segredo; quanto em níveis coletivos, quando, por exemplo, as pessoas homossexuais passam a regular as visibilidades de suas sexualidades em determinados espaços sociais, como no trabalho ou na faculdade, mesmo em contextos em que o próprio sujeito é assumidamente homossexual para a família e para os amigos mais próximos.

De forma análoga, Richard Miskolci (2017, p. 73) compreende o armário a partir desse regime de visibilidade. Tratando-se de uma política de caráter “elástico”, operando como um instrumento de regulação da imagem dos indivíduos homossexuais, em

determinados ambientes e sob certas situações, esticando-se em alguns momentos e sendo comprimido em outros. Funciona como uma espécie de “manto”, que acoberta a sexualidade, em tentativas de torná-la invisível aos olhos heteronormativos da sociedade, ao passo em que promove uma supervalorização do indivíduo a partir das outras partes descobertas de sua identidade e de seu comportamento, como, por exemplo, na valorização da atuação profissional, do status/prestígio social que desfruta em sua comunidade, da corporalidade/virilidade que detém ou de um performance de gênero nos moldes do padrão de masculinidade hegemônica, em detrimento da ocultação parcial ou total da sexualidade homo-orientada.

O regime de visibilidade sexual liga-se às relações familiares, às relações sociais desenvolvidas no dia-a-dia, no trabalho e na faculdade, onde sujeitos de sexualidades desviantes do padrão heteronormativo são obrigados a assumir uma postura/comportamento heterossexual, a fim de serem socialmente aceitos nesses espaços. Na esfera da sexualidade, esse regime de visibilidade se estrutura como uma forma de sintetizar o modo de uma sociedade conferir reconhecimento e tornar visível certos arranjos afetivos, controlando estilos de relacionamento por meio de vigilância moral, da coibição de sua expressão pública, em suma, pela manutenção dessas outras formas afetivas em relativa discrição ou invisibilidade (MISKOLCI, 2017, p. 149)

De certo modo, o armário não se configura em uma característica existente apenas nas vidas das pessoas gays, mas também está presente em todo o seio social, enquanto uma estrutura opressora, organizada sob interesses políticos da LGBTQfobia, do sexismo e da ordem sexual heteronormativa, tendo como interesse principal a manutenção das sexualidades dissidentes enquanto realidades veladas, longe dos olhares públicos e da vida heterossexual.

Em sua forma mais ampla, o armário faz com que os homossexuais tenham receio, principalmente, de demonstrar afeto em público com os seus parceiros (SEDGWICK, 2007, p. 22). Em virtude disso, um comportamento mais “sigiloso” e “discreto” é adotado nas vias públicas, no intuito de apagar a homossexualidade desses indivíduos, preservando a moral heterossexista vigente. O comportamento sigiloso/discreto atua enquanto uma prática subjetiva, na qual são estabelecidas as noções de “permitido” e “proibido”, a partir do jogo de oposições entre “público/privado”, “dentro/fora” e “sujeito/objeto”, “segredo/revelação” (SEDGWICK, 2007, p. 21).

Na maioria dos contextos sociais, a proibição na visibilidade do desejo homoerótico levou os homossexuais a viverem suas vidas afetivas em “segredo”,

“escondido”, ou por meio dos comportamentos discretos e sigilosos. Aqueles que ousavam desafiar com as normas impostas pela homofobia e pela heteronormatividade, encontravam como resposta a discriminação, o preconceito e a violência. Em consequência disso, essas pessoas tiveram que adotar diversas táticas cotidianas para “omitir” e “ocultar” a expressão de seus desejos e de seus comportamentos sexuais, no intuito de seguirem com uma vida “presumidamente heterossexual”. Historicamente, tais táticas levaram os sujeitos homossexuais a viverem verdadeiras “vidas duplas”, sendo socialmente (efetiva ou presumivelmente) heterossexual, e tendo a sua vivência homossexual regulada (completa ou parcialmente) ao privado íntimo (MISKOLCI, 2017, p. 90-91).

Ser publicamente heterossexual ainda é uma espécie de imperativo e enfrentar esse regime regulatório de visibilidade dos desejos sexuais e dos afetos pode ter certos custos sociais altos para aqueles que ousam desviar desse sistema (PELÚCIO apud MISKOLCI, 2017, p. 12). Em seu trabalho, Adriana Nunan (2015, p. 58) infere que o homossexual ou decide assumir a própria homossexualidade, suportando a possibilidade de rejeição, discriminação e marginalização, ou mantém em segredo a sua orientação sexual, tendo que se defrontar, por vezes, com o isolamento, falta de apoio e a dificuldade de levar uma possível “vida dupla” em ambientes públicos, regulados pela heteronormatividade.

Ao assumir a sua orientação sexual, o homossexual, por muitas vezes, ainda enfrenta as reações sociais negativas, principalmente por parte da família, dos amigos e dos colegas de trabalho/faculdade, chegando até a encontrar, por vezes, violências físicas e simbólicas. Comumente, o seio familiar pode se caracterizar enquanto um ambiente de reprodução de violências, discriminações e preconceito sexual, visto que, em muitos casos, o que predomina é o heterossexismo dos pais e demais familiares perante aos seus filhos homossexuais, que foram educados para serem “heterossexuais”, enquanto uma ordem atribuída sobre o sexo biológico em que foi designado (“nasceu heterossexual, criado para ser heterossexual”). Como resposta, o reflexo de tal cenário é a ocultação da identidade homossexual, principalmente para a família, concebendo a vida afetiva em total segredo (NUNAN, 2015, p. 90).

A imagem do “assumir-se”, dessa forma, emerge como uma oposição regular à imagem do armário (SEDGWICK, 2007, p. 27). Significa o duplo processo de integração na comunidade homossexual e de afirmação da homossexualidade para o público, para o exterior, não somente como aprendizado e aceitação da homossexualidade, mas como a

busca de um estilo de vida em particular. Com base em Nunan (2015, p. 90), “sair do armário”, dessa forma, passa a se configurar em um evento marcante para a aquisição de uma identidade homossexual positiva, podendo ser entendido, também, como um complexo processo de ressocialização homossexual em direção à autoaceitação e a vivência plena de sua sexualidade, ao lado de seus pares. A política do “sair do armário” segue uma gramática do poder própria, que crítica a norma heterossexual e os seus valores sociais atribuídos a partir da qualificação exclusiva desse tipo de desejo sexual, possibilitando a construção de uma identidade política que põe em xeque a hegemonia social estabelecida sobre as sexualidades.

Com o passar do tempo, o significado social de “sair do armário” sofreu diversas transformações. Antes dos anos 60, “sair do armário” significa, exclusivamente, que o indivíduo aceitava sua homossexualidade e revelava esta orientação para os outros homossexuais que mantinha contato, talvez contando para alguns familiares e amigos mais íntimos. Em virtude da visão sobre a homossexualidade que imperava na época, os sujeitos que se orientavam a partir da identidade homossexual, procuravam não se assumir perante a família, optando por não discutir o assunto abertamente, apesar das possíveis “desconfianças” sobre as suas sexualidades. Esta postura ficou conhecida, em inglês, pela expressão *don't ask, don't tell* (“não pergunte, não conte”), fazendo com que a sexualidade existisse em um ambiente de omissões e ocultamentos, restringida somente ao âmbito do privado e do segredo (NUNAN, 2015, p. 72)¹³⁶.

Após o movimento de liberação gay e o evento em Stonewall Inn, a expressão “sair do armário” se transformou em um processo essencialmente político, através do qual o indivíduo questiona, com orgulho e desafio, a hegemonia heterossexual, tornando-se ao mesmo tempo visível e culturalmente inteligível (op. cit., p. 57). Assim, o *coming out of the closet* (a “saída do armário”) enquanto uma política identitária passa a se traduzir em uma aceitação individual da identidade homossexual, aliada à participação em um movimento social mais amplo, que busca a valorização coletiva em uma sociedade heteronormativa.

Durante a década de 80, o “sair do armário” foi alçado ao posto de postura política indispensável na luta pelos direitos dos homossexuais, como reação do movimento ao preconceito crescente e na negligência dos governos, principalmente no contexto de

¹³⁶ A política do “don't ask, don't tell” também foi utilizada em órgãos públicos e, principalmente, no exército dos EUA, enquanto uma política utilizada, principalmente, durante o alistamento militar.

explosão da epidemia de HIV/AIDS. Nesse período, surgia a categoria HSH (homens que fazem sexo com outros homens)¹³⁷, enquanto uma categoria epidemiológica para alocar os homens que não se identificavam como gays, mas que se relacionavam sexualmente com outros homens, em uma época em que se tentava descobrir as origens da epidemia de AIDS. Tal categoria funciona até hoje, inclusive no contexto dos aplicativos, enquanto um método utilizado por muitos para continuar se relacionando sexualmente com outros homens sem adotar a identidade homossexual, com todos seus estigmas associados ao reconhecimento social dessa sexualidade (MISKOLCI, 2017, p. 140).

A geração Z, em sua maioria, “saiu do armário” mais cedo, no período da adolescência e juventude, e de forma menos traumática do que as gerações anteriores, como os *Baby Boomers* e as Gerações X e Y. Devido às diversas mudanças nessas últimas décadas, em um período histórico que se inicia na Rebelião de Stonewall indo até a eclosão da epidemia de AIDS, esse grupo geracional encontrou outro cenário político, com uma visão de normalidade em voga sobre as sexualidades dissidentes, associada a um maior engajamento político e uma massiva inserção midiática, além de um movimento LGBTQ muito mais amplo e difuso, que garantiu a liberdade das identidades sexuais e de gênero desses sujeitos, apesar da persistência de recusas e violências.

Na virada do século XX-XXI, a internet, outra força aliada nesse processo, trouxe consigo uma nova reinterpretação da noção de armário, em decorrência da possibilidade na navegação de forma anônima e imperceptível no ciberespaço, se tornando, assim, ampliado, múltiplo, desterritorializado e flexível. Com a internet, tornou-se possível a criação de perfis *fakes* e o uso de diversas *máscaras* on-line (os perfis *masks*), para aqueles que desejavam se relacionar afetivamente com outros homens ou consumir o homoerótico sob o baixíssimo nível de exposição pública, e longe de qualquer provável retaliação pela adoção ao comportamento ainda tido como “desviante”.

Os ambientes on-line, de certa forma, destruíram as antigas estruturas do armário convencional, a fim de construir novos modelos: os armários on-line. Agora, a homossexualidade pode ser vivenciada no privado, ao mesmo em que goza de um caráter amplamente público no ciberespaço, sob diversas formas, conectada a inúmeros espaços virtuais, simultaneamente inclusive, e possibilitando uma extensa variabilidade de meios

¹³⁷ A categoria epidemiológica também pode ser descrita como: H-H; HxH; H&H; ou ainda pela substituição pela letra “M”, em referência ao termo “macho” (MQM – Macho Quer Macho).

para a livre expressão dos desejos homo-orientados, longe dos perigos que ainda habitam as ruas brasileiras.

Ao observar e entrevistar sobre o consumo do ciberespaço pelos usuários dos aplicativos de relacionamento, geolocalizados no território do Recôncavo da Bahia, observei inúmeras ocorrências ligadas a essa gramática do armário e a manutenção dos comportamentos sigilosos e discretos em ambientes on-line. A história de Leonardo, por exemplo, representa bem a vivência de um indivíduo homossexual “dentro de um armário”. Durante a realização das entrevistas, Leonardo, usuário do aplicativo Hornet, comentou que não era “assumido” até chegar ao Recôncavo Baiano. Oriundo de outro estado, ele era um recém-chegado em Cruz das Almas, e a partir dessa mudança, estava vivenciando a sua sexualidade de uma forma, até então, inédita, graças ao uso do aplicativo Hornet.

Antes da sua mudança para o Recôncavo, Leonardo vivenciava sua sexualidade em “segredo”, de forma “discreta”, visto que ainda morava com a família. Sua homossexualidade estava sob a constante vigilância dos familiares e dos vizinhos, o que despertava o frequente medo em ser descoberto por algum parente e/ou conhecido. No Recôncavo, há quilômetros de distância de sua família, Leonardo estava desenvolvendo uma nova experiência de masculinidade, de sexualidade e de afetividade. Podia, assim, ser “relativamente assumido” para os novos amigos da universidade e para os rapazes gays da região. Era a primeira vez que estava usando uma foto de perfil que mostrava seu rosto, abertamente, em um aplicativo de relacionamento, em uma performance on-line totalmente ampla e exposta, já que não corria mais o risco de ser reconhecido, como poderia acontecer em sua cidade natal.

A discrição vivenciada por Leonardo antes de sua chegada ao Recôncavo consiste em uma ação/comportamento em um campo de moderação sexual, no qual o segredo/sigilo é o principal capital em circulação, enquanto uma forma estratégica de driblar as demandas da heterossexualidade, sem confrontá-las diretamente (MISKOLCI, 2017, p. 90). Devido às sanções sociais e aos sentidos negativos atribuídos às práticas homoafetivas, os homens gays que se identificam enquanto “discretos” procuram, assim, ocultar qualquer característica que possa denunciá-los publicamente enquanto homossexuais, principalmente pela associação com a figura do “afeminado”, tida como a simbologia clássica do homem gay.

O comportamento “discreto” e “sigiloso” também pode funcionar como um módulo de fuga, em uma tentativa de evitar os possíveis preconceitos e violências, que os

homossexuais estão passíveis de sofrer. Como uma estratégia de sobrevivência, muitos homens gays vivenciam suas vidas afetivas totalmente “nas sombras”, longe da visibilidade associada à identidade gay e o todo estigma atribuído a ela¹³⁸. Como o caso de Iago, que durante a entrevista se apresentou como “discreto em busca de outros caras discretos”. Para ele, tal postura funcionava como um escudo que o protegia das possíveis violências que poderia sofrer em sua cidade natal, São Felipe, uma das cidades que compõe o Recôncavo Baiano. Em suas palavras: “a população é homofóbica, totalmente! É por isso que procuro ser mais discreto”. “Ser discreto” para Iago simbolizava uma forma de “passar por não-gay”, enquanto um homem presumidamente heterossexual aos olhares conservadores da população interiorana, principalmente em sua situação profissional, enquanto um servidor público nessa cidade baiana. Por essa razão, Iago preferia adotar na entrevista a “identidade bissexual” ao invés da “identidade homossexual”, vista na sua concepção como de valor “inferior”. Além disso, a preferência por outros homens “discretos” funcionava como uma forma de manter em segredo o seu desejo por homens, visto que o contato afetivo entre “discretos” ou “bissexuais” tendia a ser visto como aquele que oferecia um baixo risco de reconhecimento público das identidades e do desejo homo-orientado.

O mesmo ocorreu com o depoimento de Alan, que não se relacionava afetivamente com outros homens em público, na cidade do Recôncavo em que residia, Muritiba, se autotranspondo como “+/- assumido”. Alan não “escondia” sua homossexualidade, ao mesmo tempo em que procurava evitar a exposição pública da mesma. Em seu regime de visibilidade, Alan regulava quais eram as ações e os comportamentos afetivos restritos ao privado, e quais eram aqueles que podiam ser destinados ao âmbito público:

Difícilmente me relaciono com outros caras aqui. Mas quando acontece, levo em consideração a segurança, a atração e a liberdade. Procuro ser sempre mais discreto (...) Se tiver local para algo mais íntimo, pode até rolar. Se não tiver, podemos sair em público, conversar, fazer algo *de boas*, mas nada sexual necessariamente. Beijar, abraçar ou até um amasso, eu deixo para fazer em um local mais privado mesmo (Alan, usuário do app Grindr, 22 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante, residente da cidade da Muritiba e sexualmente versátil. Entrevistado em 12/06/2018).

¹³⁸ A expressão norte-americana “Down Low Creep”, em sigla “DL”, refere-se aos homens que buscam sexo com outros homens em segredo (MISKOLCI, 2017, p. 140). No Brasil, os sinônimos do comportamento discreto e sigiloso são: “na encolha”, “enrustido”, “tranquilo”, “na em toca”, “nas sombras”, “de boas”.

Para Alan, que procurava ser “sempre mais discreto”, principalmente nas vias públicas, havia uma divisão estabelecida nas interações afetivas advindas dos contatos estabelecidos por meio dos aplicativos de relacionamento: aqueles mais “amistosos” poderiam ser desenvolvidos em ambientes públicos, mantendo certos critérios que não ultrapassavam a barreira da intimidade; já aqueles contatos mais íntimos, amorosos e/sexuais, estavam totalmente restritos ao âmbito privado, executado apenas nos “locais” de encontro.

“Ser discreto”, por muitas vezes, pressupõe essa negação da sexualidade homo-orientada, principalmente sob a sua forma socialmente reconhecida, através da figura do gay “colorido, alegre e afeminado”, seja através de preferir não se relacionar afetivamente em público, até no apagamento (ou *endurecimento*) de gestos, expressões de linguagem e usos do corpo, que denunciam enquanto integrantes da “cultura gay”, socialmente entendidos como “trejeitos homossexuais”. Para Luiz F. Zago (2009, p. 162), os homens discretos são aqueles que procuram se afirmar enquanto “homens”, “homens de verdade”, mesmo não sendo heterossexuais e se relacionando afetivamente com outros homens.

O comportamento discreto, nesse sentido, corresponde aos valores pressupostos da heteronormatividade e da masculinidade hegemônica, em referência a uma conduta “séria”, “dura”, “reta” e “sóbria”, longe da visão estereotipada e negativada do comportamento homossexual (“viadagem”), visto como “indiscreto”, “espalhafatoso”, “alegre” e “colorido”. Dessa forma, um homem gay que adota uma postura mais “discreta”, tende a ser considerado como “mais respeitável” perante a sociedade heterossexista, estando, assim, mais apto a sobreviver às imposições exigidas pelas construções de masculinidade hegemônica.



Figura 29: Descrição de um perfil no aplicativo Scruff.
Fonte: App Scruff.

Nos aplicativos de relacionamento, há a ocorrência de inúmeros perfis que se identificam enquanto “discretos”, constituindo verdadeiras *tribos sociais*, acompanhados da preferência por relações desenvolvidas “no sigilo”, se configurando, ainda, em uma forma de manter em segredo a homossexualidade e as práticas homoafetivas, sem anular a viabilidade da existência e a atividade do desejo homo-orientado. Abaixo, além da ilustração de perfis “discretos e sigilosos” nos aplicativos, também insiro as declarações de alguns dos entrevistados sobre as preferências afetivas a partir do regime de visibilidades on-line:



Figura 30: Perfis de usuários “discretos e sigilosos” no aplicativo Scruff.
Fonte: App Scruff.

Procuro por discretos. Sou discreto, bastante discreto! Principalmente por causa do trabalho. Apesar de hoje em dia ser mais tranquilo, ainda tem muita gente que não aceita, por isso eu prefiro ficar no armário (Junior, usuário do app Grindr, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante nível técnico e vendedor, natural da cidade de Santo Amaro e sexualmente versátil. Entrevistado em 23/05/2018).

Sou assumido, mas mesmo assim procuro manter uma certa discrição sobre a minha vida sexual, por conta do meu trabalho. Não me escondo, porém não me exponho (Vinicius, usuário do app Grindr, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário e funcionário público, natural da cidade de Sapeaçu e sexualmente ativo. Entrevistado em 12/06/2018).

Prefiro algo mais discreto na verdade, algo no sigilo. Na minha cidade eu não posso me exibir muito não. A cidade é muito conservadora, tenho medo do que pode acontecer, principalmente pela questão de violência na rua (Rômulo,

usuário do app Hornet, 19 anos, negro, bissexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil. Entrevistado em 22/05/2018).

Em alguns lugares eu prefiro ser mais discreto. Ser discreto significa que as pessoas acham que você é hétero. Eu passo por hétero de verdade! (Matheus, usuário do app Scruff, 23 anos, negro, homossexual, solteiro, estudante universitário, residente da cidade de Cruz das Almas e sexualmente versátil/passivo. Entrevistado em 12/06/2018).

A expressão proferida por Matheus - “eu passo por hétero de verdade!” - evoca as representações convencionais do comportamento discreto e sigiloso, amplamente adotado pelos homens gays: “postura heterossexual”, “jeito de macho”, “quase hétero”, “*straight acting*”, “discreto, sigiloso e fora do meio”, etc. Sintetiza uma série de práticas e comportamentos utilizados para separar a imagem da identidade homossexual das práticas homoeróticas, aproximando-as do universo heterossexual, por meio de corporalidades específicas, modos de se vestir, gestos, tom de voz, jeito de falar, vocabulários, entre outros. Corresponde a um conjunto de características físicas, de estilos e de performances de gênero que costumam ser reconhecidas ou presumidas socialmente como sinais/provas da heterossexualidade e da masculinidade hegemônica. Em outros termos, o homem “discreto”, “sigiloso” e/ou “fora do meio” não se reconhece como heterossexual, mas tampouco expõe ou afirma indiscriminadamente sua homossexualidade em qualquer contexto (MISKOLCI, 2017, p. 233). Abaixo, um dos perfis geolocalizados no território do Recôncavo Baiano, sintetizando esse conjunto de preferências exigidas pela “postura heterossexual”:



Figura 31: *About* de um perfil de um usuário do aplicativo Grindr.

Como a heterossexualidade se consolidou enquanto a “sexualidade normativa” e sobrevive até os dias atuais sob tal aspecto, um sujeito heterossexual não necessita regular a visibilidade de sua sexualidade, visto que ela socialmente aceita e valorizada. Sua necessidade repousa em ser afirmada, constantemente, ao passo que subjuga aquelas classificadas enquanto “desviantes”. De acordo com Miskolci (2015, p. 66), a sociedade ocidental está inscrita em um regime de visibilidade sexual, no qual as sexualidades são divididas em um espectro de reconhecimento que vai das sexualidades socialmente aceitas, no caso em privilégio as heterossexuais, passando para aquelas que necessitam negociar suas visibilidades, como dos homossexuais, até aquelas sexualidades que são totalmente relegadas à abjeção.

Ainda para Miskolci (2017, p. 140), em muitos casos, os homens que se afirmam como “discretos” ou “sigilosos” estão em relacionamento afetivo com mulheres (namorando, casado e/ou noivo), mas preferem se relacionar sexualmente com outros homens, encontrando, principalmente nos aplicativos de relacionamento, formas de explorar o desejo homo-orientado sob baixos riscos de afetar diretamente a sua “vida pública heterossexual”. Esses homens, nos aplicativos, não se apresentam como “gays” ou como membro de qualquer outra sexualidade dissidente, mas como “heterossexuais”, “homens de verdade”, em alguns casos até se apresentando como “casados” ou “em relacionamento”, tanto nos *usernames*, quanto nas descrições dos perfis, sob o caráter fetichista/erótico que tal identidade pode transparecer. São homens que ao vivenciar verdadeiras “vidas duplas”, definem a performance “heterossexual” para vida pública e a “homossexual” relegada ao privado, em alguns casos até sustentando relacionamentos nessas duas vias: um casamento com uma mulher e filhos na vida pública e amantes masculinos na vida privada.

De certa forma, a busca por parceiros on-line privilegia a “discrição/sigilo” e o comportamento de caráter heteronormativo. Desde o período em que a busca se dava de forma descorporificada/despersonalizada no começo da web, com o alto predomínio dos perfis *fakes*, até a atual fase dos aplicativos de relacionamento e a busca pelos perfis discretos e sigilosos, em que as relações homoafetivas, principalmente aquelas de ordem sexual, passaram a se dar por meio de distintos níveis de preservação da imagem do desejo homo-orientado, através da manutenção do “segredo”, presente tanto naqueles perfis que

se identificam como discretos/sigilosos, buscando similares, até aqueles que preferem não mostrar o rosto ou qualquer outra forma de identificação nesses ambientes on-line.

A preferência na adoção desse comportamento pode ser lida como uma forma de evitar as possíveis represálias sociais oriundas de pessoas homofóbicas nesses espaços, ou como uma forma de não ser socialmente reconhecido pelos outros, interagindo “na encolha” até o ambiente estar o suficientemente seguro para se mostrar, diminuindo, assim, a probabilidade de um “flagra” e as suas respectivas consequências. Contudo, o comportamento “discreto/sigiloso” pode ser adotado como uma forma de negociar as visibilidades daqueles sujeitos que não se encaixam com os padrões masculinos instituídos, buscando outras formas de se apresentar nesses espaços, longe das associações com o comportamento tido como “afeminado”.

Entre os entrevistados desta pesquisa, cinco deles se identificaram enquanto “assumidos”, ao passo que quinze usuários se identificaram através de títulos como “discreto” e/ou “sigiloso”. Em relação a preferência por assumidos: treze afirmaram que não se relacionavam com “assumidos”, enquanto sete preferiam por outros homens gays que fossem “assumidos”. No quesito “sigilo”, dezessete afirmaram que preferiam se relacionar no sigilo/com discrição, incluindo dois usuários que se identificaram enquanto “assumidos”, o que indica que há certa separação entre “ser sigiloso/discreto” ou “agir no sigilo e com discrição”. Enquanto um emerge como um traço comportamental, inscrito no corpo e nas práticas, o outro diz mais sobre uma forma de performance ou um tipo de relação, mais “séria”, sem “chamar a atenção” e “longe dos olhares públicos”. Logo, homens “assumidos” podem preferir por posturas mais “discretas e sigilosas”, entendidas como mais próximas aos padrões masculinos de gênero e sexualidade, longe das possíveis associações como o comportamento “indiscreto” e “afeminado”.

Na medida em que os usuários se afirmam por meio de expressões do tipo “sou discreto e procuro por pessoas discretas”, “sou cara macho e quero cara macho”, “sou discreto e fora do meio”, logo, um ideal hegemônico de desejo é produzido pelas identidades que seguem esses padrões, excluindo aqueles que não correspondem com tais expectativas exigidas. A negação da diferença, o rechaço de negros, afeminados, gordos, velhos e tantos outros tipos, produzem uma zona inóspita, habitada pelos corpos indesejados, enquanto uma rota pela qual não transita o desejo e o prazer desses usuários nos aplicativos de relacionamento (ZAGO, 2009, p. 162).

A homossexualidade desempenhada na sua forma “discreta”, “sigilosa” e “fora do meio” serve como instrumento de regulação da heteronormatividade, efetivando a

supervalorização do “homem macho”, em contraposição a figura do “homem afeminado”. Para Zago (2009, p. 150), essa descrição está associada a uma política de sombrear/mostrar na qual as ações, os comportamentos, as relações e as identidades, ligadas à homossexualidade, são, sumariamente, escondidas/dissimuladas, enquanto uma estratégia de cumplicidade à masculinidade hegemônica. O “indiscreto”, dessa forma, seria aquele pertencente ao “meio gay”, reconhecido e reconhecível enquanto “homossexual de verdade”, de comportamento “espalhafatoso”, “que dá pinta”, que “não se comporta como homem” e que “não se dá ao respeito”. Não basta ser homem, tem que ser macho, e para ser macho o sistema obriga a ser discreto (ZAGO, 2009, p. 100).

Para a antropóloga Larissa Pelúcio (apud MISKOLCI, 2017, p. 13), estar em um aplicativo para muitos é sinônimo de estar “fora do meio”, tratando o meio como um espaço de homossocialização estereotipado enquanto “contaminado e contaminante”, principalmente após o advento da epidemia de HIV/AIDS. No imaginário gay, usar um aplicativo de relacionamento, por si só, já se configura em uma agência “discreta” da homossexualidade, visto que o sujeito homossexual não está mais procurando parceiros afetivos nas ruas, nas vias públicas, mas sim por meio de uma trajetória individual do desejo sexual homo-orientado, regulada por códigos e condutas específicas, que não afetam diretamente na visibilidade pública da sua identidade e na exposição do seu comportamento afetivo.

O cenário atual, em que homens buscam parceiros afetivos por meio das mídias digitais, por ora facilitou o acesso das relações homossexuais ao campo afetivo, contudo sem modificar o local que elas ocupam na nossa sociedade, enquanto algo a ser mantido como velado. O uso dos aplicativos de relacionamento se dá, sobretudo, pelo fato de que eles permitem, assim, a livre expressão e atividade do desejo homossexual, em um espaço amplo e dinâmico, ao mesmo tempo em que se torna inovador ao constituir um novo campo no âmbito da afetividade para as pessoas do mesmo gênero.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao construir esta dissertação, procurei sintetizar os últimos anos dos estudos sobre as mídias digitais, em particular os aplicativos de relacionamento consumidos por homens gays no Brasil, em conjunto com as recentes pesquisas sobre os desdobramentos da cibercultura e o desenvolvimento da sociologia digital no país. A dissertação tentou interligar tópicos caros à temática da homossexualidade brasileira, a partir da articulação entre as contribuições dos teóricos do passado com as construções empíricas mais contemporâneas.

De Olho no Boy encontra-se em uma zona de intersecção de diversas áreas das ciências sociais, a partir de temas amplamente discutidos na sociologia e na antropologia contemporânea (gênero, sexualidade, geração, corporalidades, raça, classe, afetividade, consumo, saúde, cultura, entre outros), relacionadas a partir da discussão em torno da inserção dos usuários geolocalizados nas diferentes cidades do Recôncavo Baiano nos aplicativos de relacionamento selecionados (Grindr, Hornet e Scruff), por meio de suas identidades, relações afetivas e negociações homoeróticas.

No primeiro capítulo, enquanto um dos objetivos específicos desta pesquisa, uma análise foi realizada acerca dos estudos sobre a cibercultura, somada aos recentes dados referentes ao consumo crescente de tecnologias digitais no país (em níveis nacionais, regionais e locais). Constata-se que os brasileiros se encontram, cada vez mais, conectados, enquanto um dos maiores consumidores de tecnologia no mundo, principalmente no que diz respeito ao consumo de smartphones e internet, ambos possuindo certa centralidade em seus cotidianos, principalmente no que tange as relações sociais estabelecidas no ciberespaço, ilustradas nesta dissertação por meio das relações afetivas.

A cibercultura está inscrita no nosso dia-a-dia e presente, de alguma forma, em todas as nossas atividades sociais, instituindo-se enquanto uma nova forma de conceber a cultura, consolidando-se enquanto a própria *cultura da contemporaneidade*. A partir de Castells (1999), Lévy (1999), Jenkins (2008), Lemos (2013) e Nascimento (2016), trouxe a compreensão dessa nova forma cultural enquanto uma associação entre a sociedade e as tecnologias digitais presentes, por meio de um conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensamento e valores que se desenvolveram a partir do avanço das tecnologias de informação e comunicação com a difusão da internet.

A cibercultura trouxe consigo a consagração de diversos movimentos socioculturais, dentre eles a “era dos aplicativos” para dispositivos móveis digitais, desenvolvidos para operar nos smartphones e tablets. Dos inúmeros aplicativos disponíveis no mercado, este estudo procurou tratar dos aplicativos de relacionamento enquanto objeto de pesquisa, compreendo-os, na sua centralidade, enquanto plataformas disponíveis para a busca por parceiros afetivos. São espaços que sintetizaram as funcionalidades existentes nas tecnologias predecessoras, como as salas de bate-papo e os sites de namoro on-line, além da associação com as contemporâneas ferramentas de interação social e os programas de comunicação instantânea.

A grande diferença em relação a essas plataformas do passado concerne no sistema de geolocalização dos smartphones, permitido através do sistema de GPS instalado nesses aparelhos, emergindo enquanto uma inovação tecnológica que possibilitou o reconhecimento das distâncias e a devida aproximação entre os indivíduos. A inserção do sistema de GPS e o surgimento dos aplicativos de relacionamento que utilizam essa funcionalidade para buscar parceiros afetivos classificam-se enquanto verdadeiras revoluções sociotécnicas que alteraram o campo afetivo contemporâneo, em particular as relações desenvolvidas entre homens que consomem essas tecnologias, passando a agrupar uma grande variabilidade de perfis por localidade, diferentemente do que ocorria na época dos antigos sites de relacionamento, possibilitando a “caça” de outros homens na região através de um “radar” específico (*gaydar*). Além disso, essas mídias surgiram para reforçar um novo cenário de consumo e circulação desterritorializada sobre a geografia urbana, criando novas redes relacionais e espaços de homosociabilidade, inclusive para os encontros físicos efetivos, para além da atualização das práticas desenvolvidas no *cruising*, até então impossibilitadas pelo conservadorismo vigente, principalmente no contexto dessas cidades interioranas.

Os aplicativos de relacionamento também foram responsáveis pela ampliação da demanda por parceiros, pela viabilidade de novas formas de agência afetiva e pela expansão das possibilidades relacionais, eróticas e conjugais, dentro e fora do ambiente on-line, ao mesmo tempo em que promoveram a segmentação do mercado afetivo e a reprodução de certos estigmas e preconceitos, através da seleção de parceiros específicos, pautada em marcadores identitários como raça, geração, corporalidade, gênero e sexualidade, e privilegiando certos padrões, além, também, das buscas categorizadas por meio de determinadas tribos sociais.

No segundo capítulo, além da recapitulação de conceitos amplamente utilizados nas ciências sociais, e as devidas pontuações em relação ao objeto, também procurei realizar uma breve revisão teórica acerca da temática identitária e a sua atualização na era da cibercultura, trazendo a discussão em torno das identidades enquanto construções sociais, elaborações discursivas e políticas responsáveis pela definição de quem somos nós, como seremos representados e de como estamos nos relacionando com outros, principalmente nos ambientes on-line.

Os perfis nos aplicativos de relacionamento são construídos a partir de processos de autorreflexão, em que o usuário se autoidentifica por meio de uma política de visibilidade, regulando aquilo que será visto e o que será, sumariamente, ocultado, se possível. Imagens, discursos, performances e vocabulários são remodelados de acordo com as exigências do mercado, exibindo somente aqueles traços identitários valorizados nesse campo, ao passo que são omitidos aqueles tidos como “indesejados” para o respectivo consumo afetivo. Nesse sentido, os próprios aplicativos de relacionamento emergem enquanto espaços que possibilitam a construção identitária, enquanto um verdadeiro campo de interações simbólicas.

Para o contexto do Recôncavo Baiano, os aplicativos de relacionamento funcionam ainda enquanto “comunidades” (redes digitais), enquanto campos disponíveis para as interações sociais, nas suas variadas formas e sob os diversos níveis: individuais e coletivos. São comunidades, funcionando no ciberespaço, na qualidade de estruturas complexas e orgânicas, em que o senso de pertencimento identitário é reforçado constantemente. Nesse complexo e difuso campo social, em que as relações de poder entre os usuários estão em jogo, e as identidades, múltiplas em caráter, são construídas, reformuladas e/ou atualizadas, há a promoção constante das relações entre os seus membros, no intercâmbio contínuo de capitais específicos: amorosos, eróticos, estéticos, sociais, culturais, entre outros.

Um desses traços identitários analisados nesta dissertação consiste na faixa etária dos usuários geolocalizados no Recôncavo Baiano, identificada a partir dos processos de observação nos aplicativos, e posteriormente durante a realização das vinte entrevistas on-line, enquadrando a maioria dos usuários enquanto jovens pertencentes à categoria sociológica “Geração Z” (1990-2018), sendo composta por indivíduos na faixa etária dos 18-28 anos, sendo eles nesta pesquisa, na sua maioria, gays, solteiros e estudantes universitários. Esses indivíduos formam um bloco geracional particular, que compartilham de certo *habitus*, a partir de valores, modos e comportamentos em comum,

nesse caso, principalmente, aquelas características sociais e habilidades específicas relacionadas ao uso da internet e das tecnologias digitais. Por essa razão, os homens da Geração Z preferem se relacionar através dessas plataformas on-line, com quem convivem de forma íntima, principalmente na busca por parceiros afetivos, buscando por outros homens, inclusive, pela similaridade entre as faixas etárias.

Outro traço identitário dizia respeito ao duo gênero-sexualidade. Primeiro, o gênero se faz presente pelo fato de os aplicativos serem tecnologias criadas por homens e para homens, logo, o gênero – enquanto um elemento construído de forma sociocultural e política – se estabelece enquanto uma das primeiras formas de apresentação nesses espaços, principalmente pela afirmação do “homem”, nos moldes convencionais da masculinidade hegemônica, sendo latente inclusive nos corpos dos homens homossexuais. Nesse sentido, a sexualidade, enquanto complementar ao gênero, se estabelece enquanto uma forma de garantir o desejo homo-orientado sem enfraquecer as tipificações exigidas ao “macho”, logo, o homem gay em um aplicativo de relacionamento tende a manter acesa essa imagem de um homem “ másculo”, “viril”, que mesmo sendo homossexual, não se faz enquanto “afeminado”, independentemente de ser “ativo”, “passivo” e/ou “versátil”.

Nos aplicativos de relacionamento analisados, a virilidade torna-se um dos elementos de hierarquização, valorização e diferenciação entre os usuários, enquanto um verdadeiro objeto de consumo e cobiça para esses usuários. A busca por parceiros afetivo, desde os amorosos até os sexuais, é permeada pelos valores referentes à masculinidade hegemônica, em que o homem desejado e desejável sendo aquele que se apresenta como o “mais viril”, o “mais másculo”, o “mais macho” possível. Em seus perfis, esses usuários procuravam reforçar os padrões instituídos de masculinidade convencional, além da busca incessante por homens que representassem tais ideais, fosse no corpo ou em seus comportamentos.

Em conjunto com o duo anterior, a corporalidade emerge, também, de forma central na análise do funcionamento dos aplicativos. A construção de um perfil, por muitas vezes, necessitava da presença de um corpo, e esse corpo, para além de seu caráter físico, passava a ser entendido, também, enquanto um objeto construído pela cultura, socialmente elaborado e socialmente interpretado. O corpo em um aplicativo de relacionamento funciona, assim, enquanto o principal instrumento de representação dos usuários, definindo quem são esses homens e como serão interpretados nesses ambientes

on-line. As masculinidades, as sexualidades e as gerações são, assim, construídas para serem exibidas, afirmadas e performatizadas no e pelo corpo.

Com base em Luiz F. Zago (2009; 2013), o conceito de “corpo-currículo”, importado para esta dissertação, funcionava como um modo de pensar a apresentação do corpo, nos aplicativos de relacionamento, enquanto um *curriculum vitae* do usuário, o rótulo utilizado para vender a mercadoria, sendo, no caso, o seu próprio corpo, ao passar pelo processo de comodificação. Esse currículo se estabelece, dessa forma, enquanto uma grade de saberes pertinentes sobre quem são esses indivíduos, através de características físicas elencadas de forma específica, como peso, altura, tipo físico, cor da pele, musculabilidade, pelosidade corporal, tatuagens, tamanho de pênis, entre outros, e somente partir dessa configuração corpórea, que os usuários serão consumidos nesse campo afetivo, sendo admitidos em correspondência à construção dos gostos, socialmente construídos e estabelecidos nessa estrutura. Contudo, há uma política vernácula vigente sobre as corporalidades nos aplicativos de relacionamento, que construiu modelos de corporalidades desejadas em contraposição às tipologias indesejadas, entendidos aqui a partir dos tipos “padrãozinho” x “anticorpo”.

Os corpos do tipo “padrãozinho”, nesse campo afetivo, constroem-se simultaneamente em oposição aos “anticorpos”, compelindo-os a não se mostrarem no ciberespaço. Os aplicativos de relacionamento instituíram os corpos do tipo “padrãozinho” como o padrão real a ser consumido, massivamente veiculados até nas suas próprias publicidades. Os “anticorpos”, dessa forma, são constantemente expulsos, principalmente por meio de nomeações e designações expostas nas descrições dos perfis dos próprios usuários: “⓪ gordos”, “não gosto de velhos” “não curto afeminados”, “não tenho interesse em negros”. O corpo, assim, aparece enquanto um dos principais critérios para a seleção dos parceiros nos aplicativos de relacionamento, visto que o consumo afetivo desenvolvido se configura em uma ação simbólica marcada pelas construções de corporalidade, da mesma forma que ocorre com a geração, o gênero, a sexualidade e a raça.

Por fim, trago a questão racial, somada aos fatores regionais específicos para a região, enquanto um marcador imprescindível para a análise identitária no Recôncavo Baiano. Por meio de nomes como Kabengele Munanga (2004a; 2004b), Frantz Fanon (2008), Osmundo Pinho (2012) e Deivison Faustino (2014), busquei compreender a concepção de raça na contemporaneidade e como as masculinidades negras são construídas, a partir da intersecção de outros marcadores identitários, como gênero, raça,

corpo e sexualidade. Constatei que a branquitude impera sobre o funcionamento dos aplicativos de relacionamento, a tal ponto que o racismo existente torna-se tão estrutural, tornando-se invisível/imperceptível aos olhos dos usuários, inclusive para a comunidade negra local inserida nessas mídias.

Os anúncios publicitários utilizados pelos próprios desenvolvedores desses serviços são ilustrados, massivamente, por corpos brancos, inseridos nos padrões de beleza socialmente instituídos. Assim, a população negra, ao se inscrever nos aplicativos de relacionamento, encontra as diversas barreiras impostas pelo racismo vigente: dos padrões estéticos às exigências oriundas da construção de masculinidade hegemônica, passando pelo imaginário social gay sobre as representações sexuais atribuídas aos homens negros, e, por fim, no estigma estabelecido sobre os corpos negros, ligados à excessiva fetichização/objetificação, em que os homens negros são postos a categoria de “hipervirís”, reduzidos totalmente às suas dimensões corpóreas, vistas enquanto fisicamente superiores ao do homem branco, em detrimento de suas demais características e qualidades, ao passo que os corpos negros dos homens afeminados são, sumariamente, excluídos desse campo de consumo, exatamente por não corresponder às expectativas criadas sobre o padrão de negro supermasculino e de gay afeminado, e por ser recortado por uma intersecção de discriminações, abjeções e construções normativas no âmbito do gênero, da sexualidade, da corporalidade e da raça.

Já no terceiro capítulo, promovi as análises de pontos centrais do projeto de dissertação, com a resolução da problemática e constatação das hipóteses. A problemática que orientou esta dissertação tratava das relações desenvolvidas nos aplicativos de relacionamento pelos jovens do Recôncavo Baiano enquanto relações de consumo e afetividade. Para inferir sobre essa questão, a pesquisa procurou realizar um estudo sociológico, acerca dos trabalhos sobre consumo e afetividade, sob o viés dos recursos teóricos e metodológicos que compõem a teoria dos campos sociais simbólicos, elaborada por Pierre Bourdieu, através da análise das práticas e das trajetórias dos agentes no interior dos aplicativos, e por meio da composição das estruturas vigentes, da caracterização dos diversos capitais acionados e das posições ocupadas por eles nessa hierarquia de poder.

Para isso, foi necessária a identificação dos usuários nessa região, seus hábitos e gostos relacionados ao consumo nos aplicativos de relacionamento geolocalizados e de como estão sendo constituídas as relações sociais estabelecidas por eles nesses ambientes on-line. Selecionei homens que possuíssem o desejo sexual homo-orientado, principal característica definida no consumo dessas mídias, e que fossem residentes em algumas

das cidades que integram a região do Recôncavo Baiano, para a realização das entrevistas, a fim de compreender como estavam dispostas as relações entre masculinidades, sexualidades e desejos sexuais nessa região, a partir do consumo das tecnologias digitais e das interações afetivas nos ambientes on-line e off-line. Constatei que o consumo dos aplicativos de relacionamento se dava, principalmente, pela falta de espaços de homosocialização nesse território, em conjunto com o conservadorismo, a homofobia e o heterossexismo presentes nessas cidades do interior baiano, constituindo-se enquanto impeditivos para a livre expressão dos desejos e das identidades de gênero e sexualidade desses sujeitos dissidentes, principalmente nas vias públicas.

Em relação às hipóteses: a primeira tratava da orientação afetiva através do gosto racializado, ou seja, como a raça era um fator importante, tanto para apresentação on-line, quanto para o estabelecimento social dos usuários no Recôncavo Baiano, em um território predominantemente negro. O empírico confirmou que a construção do perfil e a seleção dos parceiros eram recortadas, sobretudo, pelos marcadores raciais, em um binômio estabelecido entre brancos e negros, e a associação com a figura do “mestiço/pardo”, a partir de um corpo sempre racializado. A busca valorizava os corpos brancos ou mais próximos de um tipo ideal pautado na branquitude, em uma manutenção do racismo estrutural e da negação dos homens negros, principalmente afetiva, em vigor nesta região, perante a desvalorização relativa dos corpos negros, sendo mais incisiva sobre a população preta, mesmo compondo a maioria dos usuários presentes nesses espaços na região.

A segunda hipótese relatava o intenso fluxo de homens gays mais jovens nesse território (abaixo dos 30 anos de idade), devido ao fato de que, atualmente, o Recôncavo se configura em uma área ocupada por diversas instituições de ensino superior (entre públicas e privadas), alocando uma diversidade de jovens universitários, entre nativos e estrangeiros, entre os perfis fixos e os usuários *flâneurs*, organizando uma gama distinta de masculinidades na região (dos diferentes perfis raciais, corporais, generificados, sexuais, entre outros). A constatação dessa hipótese refere-se também à intensa movimentação de perfis nessa região, entre circulação e ocupação, com uma dinâmica que alterou a paisagem afetiva para esses homens no Recôncavo, nos diversos grupos geracionais.

A terceira hipótese tratava dessa dinâmica de diferentes corpos masculinos, em que havia a reafirmação dos padrões estabelecidos, amplamente conhecidos na comunidade LGBTQ, por meio das figuras do gay “macho” e do gay “afeminado”, ao

mesmo tempo em que eram fomentadas as novas apresentações de masculinidade, sexualidade, comportamento afetivo, raça, classe e cultura na região. Para buscar tais respostas, somei o empírico à literatura existente: tanto por meio das bases científicas sobre a construção de masculinidades, ligadas à sexualidade, corporalidade e raça, quanto nas obras literárias regionalistas e baianas sobre a construção histórica das masculinidades regionais, também marcadas pelo gênero, sexualidade, corpo e raça.

Como as construções das masculinidades também são processos relacionais, o Recôncavo não apenas constrói formas específicas de masculinidades locais, e racializadas por excelência, mas também se complementa com as formas ligadas aos fatores distintos de uma cultura mais globalizada, impulsionada, principalmente, pelo advento da internet e difusão de uma cultura mais cosmopolita. Dessa forma, as masculinidades regionais se misturam às suas formas mais globais, abrigando novas identidades, novos corpos e distintas formas de “ser homem”, apesar da permanência de velhos modelos, consagrados no imaginário do desejo homossexual.

E, por fim, a última hipótese, tratava da constituição desse campo simbólico de consumo e afetos, que emerge após o advento dos aplicativos de relacionamento, por meio do desenvolvimento de três linhas de socialização, que se interseccionam constantemente: os relacionamentos amorosos, amistosos e sexuais. Os aplicativos inserem os seus usuários em uma administração afetiva, capaz de otimizar as interações e os encontros, em uma economia de tempo, espaço, lazer e prazer, regulada por capitais afetivos diversos em jogo (PELÚCIO apud MISKOLCI, 2017). São plataformas que demandam performances, códigos e agências bem distintas, em relação aos outros programas de interação e serviços disponíveis na rede on-line. As trajetórias e as agências afetivas dos usuários nos aplicativos de relacionamento são oriundas de uma mescla entre os elementos constitutivos da afetividade homossexual contemporânea com as novas práticas promovidas pela era de cibercultura, em um novo e dinâmico ambiente relacional.

Assim, o objetivo principal dessa pesquisa procurava compreender esse novo campo afetivo, enquanto um novo espaço social e simbólico, que demanda de outra ordem de consumo afetivo, constituindo-se enquanto um verdadeiro horizonte relacional para esses homens nessa região. Metodologicamente, o emprego desse modelo analítico proposto por Bourdieu serviu para uma compreensão mais ampla e complexa sobre as relações de consumo e afeto, a partir de *habitus*, capitais, posições e trajetórias específicas

envolvidas, orientando e estruturando as agências desses homens no ambiente on-line: da apresentação dos perfis até as interações desenvolvidas nas caixas de conversação.

Os *habitus* dos usuários, enquanto práticas e estruturas estruturadas nesse campo afetivo, são entendidos, assim, enquanto disposições sociais e simbólicas especificamente requeridas, engendradas de forma necessária para o estabelecimento afetivo desses homens no meio on-line, a partir de disposições como: o conhecimento de uma gramática própria, as técnicas e habilidades de sedução e erotismo, as técnicas de consumo e autopublicidade, os sistemas de classificação estética, de performances sexuais e representação corporal (*héxis*), entre outros.

Como observado, as posições assumidas nesse campo afetivo são múltiplas: desde os novatos até os veteranos; dos socialmente aceitos e estabelecidos aos *outsiders*, aqueles que não se encaixam nos padrões estipulados; das posições defendidas pelas diferentes preferências afetivas e pelas distintas formas de relacionamento; do lugar que brancos, negros e mestiços ocupam nessa estrutura; das posições ocupadas pelos homens viris/másculos, perante àquelas ocupadas pelos homens afeminados; o prestígio que resguarda o comportamento dos homens “discretos, sigilosos e fora do meio” em contraposição ao comportamento “indiscreto” dos homens afeminados; as diferentes posições grupais, definidas pelas distintas gerações/faixas etárias; a hierarquia existente entre os corpos “sarados”, tipo “padrãozinho” e os anticorpos (gordos, velhos, magros, soropositivos), entre outras marcações.

Esse campo afetivo também se encontra estruturado em torno da administração de capitais afetivos específicos: econômicos, sociais, simbólicos, culturais, culturais, entre outros. Esses capitais são responsáveis pela manutenção das posições dos usuários no interior do campo, ao passo que são instrumentos auxiliares na construção das trajetórias afetivas dos mesmos nos aplicativos de relacionamento, em conjunto com os *habitus*. Ao traçar suas trajetórias, os usuários dos aplicativos passam a se encontrar em uma constante luta simbólica pelo poder, em busca de alcançar o status e a aceitação social, afirmando suas posições e obtendo prestígio por meio delas, no intuito de continuar consumindo nesse espaço, ou seja, se relacionando afetivamente com os demais usuários presentes nos aplicativos. A consequência disso é uma corrida social pela hegemonia, no desenvolvimento de um sistema próprio de dominação (os perfis hegemônicos/”padrãozinho” x excluídos/indesejados), e as consequentes violências simbólicas existentes, sob diversas ordens, inclusive na reprodução da LGBTQfobia e do racismo.

O esboço de uma teoria do campo afetivo, para uma análise complexa das práticas afetivas e das estruturas dos aplicativos de relacionamento, serviu, a este respeito, para compreender como estão constituídas as relações sociais entre os usuários dessas mídias, em particular no contexto do Recôncavo Baiano, a partir dos contatos desenvolvidos sob ordem amistosa, amorosa e/ou sexual. As relações estão sendo constituídas por uma gama de interesses em jogo: autoafirmação das identidades; constituição de redes afetivas; reconhecimento identitário por meio do estabelecimento de tribos sociais; possibilidade de agência e controle afetivo; manutenção do desejo homo-orientado e das políticas de visibilidade, possibilidade do desenvolvimento da homossocialização, perante o cenário conservador, homofóbico e heterossexista remanescente nos interiores brasileiros; busca por parceiros amorosos e o desenvolvimento de relacionamentos amorosos; a caça sexual, o predomínio das relações casuais (cultura do *hook up*) e as práticas sexuais e eróticas por meio do uso da internet.

Outro objetivo específico levantado por esta dissertação foi a identificação dos indivíduos enquanto consumidores, assentado nas leituras de seus componentes identitários, responsáveis pela categorização dos mesmos nos aplicativos, bem como também orientadores de seus gostos e das interações desenvolvidas. Enquanto processos de orientação das identidades, as relações de consumo constroem gostos específicos e desenvolvem estilos de vida específicos (BARBOSA; CAMPBELL, 2004; BOURDIEU, 2008). O consumo, entendido enquanto uma atividade simbólica, funciona tanto como uma forma de expressão de si e de um estilo de vida, por meio dos gostos e das preferências, quanto uma forma de expressão das normas socioculturais vigentes. Dessa forma, o usuário de um aplicativo passa a se identificar também por meio daquilo que consome, como também por meio daquilo que rejeita, constituindo grupos a partir de interesses em comum, e formando mercados afetivos segmentados, destinados a atender públicos e demandas específicas.

Nas análises de Miskolci (2017), os aplicativos de relacionamento são concebidos enquanto verdadeiros “negócios afetivos”, regulados por um mercado de intercâmbios materiais e simbólicos, que comercializa pessoas e afetividades, a partir de uma lógica de custo-benefício estrita, de necessidades específicas e moedas próprias sendo negociadas. O indivíduo ao se inscrever em um aplicativo de relacionamento, automaticamente, passa a ser orientado por meio das regras que compõem o mercado afetivo vigente, impulsionando-o na constante publicização de si (autopromoção), por meio de seu corpo, suas características, qualidades e discursos. A virilidade dos homens gays e os ideais de

beleza física pautados na branquitude são algumas das moedas valorizadas nesse comércio afetivo.

No quarto e último capítulo, de caráter auxiliar e conclusivo para a pesquisa, uma digressão histórica sobre o desejo homossexual foi traçada, a partir dos âmbitos socioculturais e políticos, trazendo as diversas transformações sofridas pela identidade homossexual nos últimos tempos, as construções e os dilemas enfrentados pelo desejo homo-orientado e a participação dos aplicativos na atualização desse universo. Procurei, neste capítulo, traçar os percalços que o desejo homossexual passou durante a passagem do século XX para o XXI: das patologias médicas e das intervenções socioculturais, passando pela revolução sexual até a epidemia de AIDS e o advento da internet e das tecnologias móveis digitais, e seus principais desdobramentos para uma nova construção das afetividades e dos desejos.

Sendo a homossexualidade no passado entendida como algo proibido e/ou anormal, a paquera homossexual passou a ser uma ação que evocava riscos e perigos e a vivência da afetividade homossexual passou a se dar sob o aspecto do medo de sofrer possíveis preconceitos, discriminações e violências. O espaço público enquanto um pressuposto heterossexual impediu as expressões do interesse amoroso e/ou sexual das pessoas homossexuais, e por isso, o flerte, a paquera e afetividade gay, como um todo, passou a se dar sob relativa discrição e sigilo. Em meio ao contexto de violência homofóbica, em níveis alarmantes, a fuga para os aplicativos corresponde a um meio de interligar as populações LGBTQs, distribuídas entre as diferentes localidades de uma mesma região, como é o caso no Recôncavo Baiano, em um ambiente relativamente seguro, longe das possíveis injúrias e represálias presentes nas vias públicas do território físico, que ainda preserva os traços de sua cultura local tradicional, conservadora e heterossexista.

Contudo, chega à conclusão que, apesar do comportamento “discreto, sigiloso e/ou fora do meio” ainda ter em referências a uma resposta em relação às violências existentes, e uma aproximação das figuras conhecidas como a do “não-assumido” e a do homossexual “dentro do armário”, sob os interesses da LGBTQfobia ainda vigente, no ciberespaço esse comportamento se torna ressignificado, essencialmente, por meio da aproximação de um estilo “heteronormativo” de construção de masculinidade, em que o sujeito que “passa por hétero” passa a ser valorizado em detrimento daquele identificado e identificável enquanto “afeminado”.

Por fim, os aplicativos de relacionamento são entendidos enquanto dispositivos sociais, provenientes das recentes transformações na afetividade contemporânea, em convergência com os diversos desdobramentos da cibercultura e da globalização. As configurações afetivas, de forma geral, se alteraram nas últimas décadas, sobretudo aquelas desenvolvidas no meio on-line, através da repaginação das antigas formas de conjugalidade, assim como o surgimento de novos modelos de relacionamentos afetivos, da emergência política de novas identidades e das performances de distintos desejos e comportamentos.

A pesquisa não se encerra em si mesma. Após dez anos do lançamento do Grindr, o primeiro aplicativo geolocalizado para a busca afetiva entre homens gays, o cenário afetivo para o desejo homossexual foi totalmente alterado: tornando-se globalizado, dinâmico, inovador, múltiplo, mais aberto e amplo. Além do novo caráter de agência na paquera e na caça sexual, os aplicativos instauraram uma nova forma de afirmação das identidades, do reconhecimento identitário e do livre exercício do desejo homo-orientado.

Dentre as possibilidades de continuação da pesquisa, listo o papel da versatilidade, para além do binômio ativo-passivo, e de que modo ela complexifica a dicotomia sexual clássica nos aplicativos de relacionamento; as novas práticas sexuais e conjugais que emergem na contemporaneidade e como elas estão sendo abordadas através do uso das tecnologias digitais; a análise seletiva de outros padrões identitários no ambiente on-line, como os sujeitos bissexuais em aplicativos de maioria homossexual, os aplicativos de relacionamento voltados para mulheres lésbicas, os aplicativos direcionados à população negra, os distintos usos por pessoas de diferentes idades, como os gays mais velhos, além dos encontros intergeracionais proporcionados por essas novas mídias digitais; etc.

Esta dissertação, que esteve centralizada em torno de uma tríade de discussões – identidades, consumo e afetividade – buscou uma compreensão ampla de como esses temas estão se relacionando atualmente, a partir da ascensão da cibercultura, da sociedade do consumo e das transformações na afetividade contemporânea, em conjunto com novas abordagens epistemológicas nas ciências sociais. *De Olho no Boy* é um olhar sobre a nova face das vivências homossexuais baianas, a partir dos trânsitos desejanter, entre o passado e o presente, em relação aos múltiplos usos das mídias digitais, para a construção de um novo e complexo horizonte relacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. No Ceará tem disso não? – Homossexualidade e nordestinidade ou a história dos homens tristes. **História: Fronteiras - XX Simpósio Nacional de História**. Florianópolis: ANPUH, 1999. p. 1241-85.

AMADO, Jorge. **Capitães da Areia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008a. 296p.

_____. **Dona Flor e seus dois maridos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008b. 488p.

_____. **Gabriela Cravo e Canela**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. 336p.

_____. **Tereza Batista Cansada de Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008c. 472p.

BADINTER, Elisabeth. **XY: sobre a identidade masculina**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993. 268p.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. 204p.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade do consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007. 272p.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004. 192p.

_____. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005. 110p.

_____. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008. 199p.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo, vol. 1: fatos e mitos**. Trad. de Sérgio Milliet. 4ª ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970. 310p.

_____. **O segundo sexo, vol. 2: a experiência vivida**. Trad. de Sérgio Milliet. 2ª ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967. 500p.

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas III: Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo**. 3ª ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994. 271p.

BORRILLO, Daniel. **Homofobia: história e crítica de um preconceito**. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2010. 140p.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2008. 560p.

_____. **A dominação masculina**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002a. 160p.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2007a. 321p.

_____. **Esboço de uma teoria da prática**: precedido de três estudos de etnologia cabila. Oeiras: Celta Editora, 2002b. 276p

_____. **O poder simbólico**. 10ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007b. 322p.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loic. Sobre as artimanhas da razão imperialista. In: **Estudos Afro-Asiáticos**, ano 24, n. 01, p. 15-33. Rio de Janeiro: Universidade Cândido Mendes, 2002.

BOZON, Michel. **Sociologia da sexualidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004. 172p.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 238p.

CARRARA, Sérgio; SIMÕES, Júlio Assis. Sexualidade, cultura e política: a trajetória da identidade homossexual masculina na antropologia brasileira. In: **Cadernos Pagu**, v. 28, p. 65-99. Campinas: UNICAMP, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação. Vol. 1. São Paulo: Editora Paz & Terra, 1999. 698p.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros** [livro eletrônico] - TIC domicílios 2014. BARBOSA, Alexandre F. (Coordenação executiva e editorial). São Paulo: Cetic.Br, 2015. 432p.

CONNELL, R. W.; MESSERSCHMIDT, J. W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. In: **Estudos Feministas**, n. 21, p. 241-282. Florianópolis: UFSC, 2013.

DOMINGUES, Petrônio J. Negros de almas brancas? A ideologia do branqueamento no interior da comunidade negra de São Paulo, 1915-1930. In: **Estudos Afro-Asiáticos**, ano 24, n. 03, p. 563-599. Rio de Janeiro: Universidade Cândido Mendes, 2002.

ERIBON, Didier. **Reflexões sobre a questão gay**. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008. 445p.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Salvador: EDUFBA, 2008. 194p.

FAUSTINO, Deivison Nkosi. O pênis sem o falo: algumas reflexões sobre homens negros, masculinidades e racismo. In: BLAY, Eva Alterman (Org.). **Feminismos e masculinidades**: novos caminhos para enfrentar a violência contra a mulher. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. p. 75-104.

FINKEL, Eli J.; EASTWICK, Paul W.; KARNEY, Benjamin R.; REIS, Harry T.; SPRECHER, Susan. **On-line dating**: a critical analysis from the perspective of psychological science. *Psychological Science in the Public Interest*, v. 13, n. 1, p. 03-66. London: Sage, 2012.

FOUCAULT, Michel. **A história da sexualidade**: a vontade do saber. Vol. 1. São Paulo: Paz & Terra, 2012. 178p.

_____. **Microfísica do Poder**. 23ª ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2007. 295p.

FRY, Peter. **Para inglês ver**: identidade e política na cultura brasileira. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. 135p.

FRY, Peter; MACRAE, Edward. **O que é homossexualidade?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1985. 127p.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. 4ª reimpressão. São Paulo: Editora UNESP, 1993. 228p.

GOMES, Nilma Lino. Alguns termos e conceitos presentes no debate sobre relações raciais no Brasil: uma breve discussão. In: HENRIQUES, Ricardo (Org.). **Educação antirracista**: caminhos abertos pela Lei Federal no. 10.639/03. Brasília: SECAD/MEC, 2005. p. 39-62.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. 103p.

_____. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. 432p.

_____. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 103-133.

HARAWAY, Donna. “Gênero” para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. In: **Cadernos Pagu**, v. 22, p. 201-246. Campinas: UNICAMP, 2004.

HINE, Christine. **Etnografia virtual**. Barcelona: UOC, 2004. 210p.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009. 384p.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 2012. 102p.

LE MOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6ª ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2013. 296p.

_____. Ciberespaço e tecnologias móveis: Processos de territorialização e desterritorialização na cibercultura. In: MÉDOLA, Ana Silvia; ARAÚJO, Denise;

BRUNO, Fernanda (Org.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007. p. 277-293.

_____. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: Dispositivos híbridos móveis de conexão multirredes (DHMCM). In: **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, v.4, n. 10, p.23-40. São Paulo: ESPM, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. 272p.

LINS, Regina Navarro. **O livro do amor, vol. 2: do iluminismo à atualidade**. Rio de Janeiro: Editora Best Seller, 2012. 364p.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2ª Ed. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2000. 176p.

KIMMEL, Michael S. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. Trad. de Andrea F. Leal. In: **Horizontes antropológicos**, ano 4, n. 9, p. 103-117. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

_____. Homofobia, temor, vergüeza y silencio en la identidad masculina. In: VALDES, Teresa y José Olavarría (Org.). **Masculinidades: poder y crisis**. ISIS-FLACSO: Ediciones de Las Mujeres, Cap. 3, n. 24, p. 49-62, 1997.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998. 232p.

MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: **Sociologia & antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. 535p.

MISKOLCI, Richard. **Desejos digitais: uma análise sociológica da busca por parceiros on-line**. Belo Horizonte: Editora Autêntica. 2017. 303p.

_____. Discreto e fora de meio: notas sobre a visibilidade sexual contemporânea. In: Dossiê – Percursos digitais: corpos, desejos e visibilidades. **Cadernos Pagu**, v. 44, jan-jun, p. 61-90. Campinas: UNICAMP, 2015.

_____. San Francisco e a nova economia do desejo. In: **Revista Lua Nova**, n. 91, p. 269-295. São Paulo: UNIFESP, 2014.

MISSE, Michel. **O estigma do passivo sexual: um símbolo do estigma no discurso cotidiano**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Booklink/NECVU/Le Metro, 2007. 108p.

MOORE, Henrietta. **Compreendendo sexo e gênero**. Trad. Júlio Assis Simões. p. 813-830. Londres: Routledge, 1997.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra**. Petrópolis: Editora Vozes, 2004a. 140p.

_____. Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia. In: **Cadernos PENESB**, n.5, p. 15-34. Programa de Educação sobre o Negro na Sociedade Brasileira. Rio de Janeiro: UFF, 2004b.

NASCIMENTO, Leonardo F. A sociologia digital: um desafio para o século XXI. In: **Revista Sociologias**, ano 18, n. 41, p. 216-241. Porto Alegre: UFRGS, 2016.

NOGUEIRA, Oracy. Preconceito racial de marca e preconceito racial de origem: sugestão de um quadro de referência para a interpretação do material sobre relações raciais no Brasil. In: **Tempo Social**, v. 19, n. 01, p. 287-308. São Paulo: USP, 2006.

NUNAN, Adriana. **Homossexualidade**: do preconceito aos padrões de consumo. Rio de Janeiro: Caravansarai, 2015. 250p.

PADILHA, Felipe André. **O segredo é a alma do negócio**: mídias digitais móveis e a gestão da visibilidade do desejo homoerótico entre homens na região de São Carlos. Dissertação – Mestrado em Sociologia. São Carlos: UFSCAR, 2015. 123p.

PARANHOS, Marco Antonio V. de O. **Tinder**: um estudo sobre cibercultura, consumo, geração e construções identitárias na contemporaneidade. Monografia – Bacharelado em Ciências Sociais. Cachoeira: UFRB, 2016. 97p.

PEDRÃO, Fernando Cardoso. Novos rumos, novos personagens. IN: BRANDÃO, Maria de Azevedo (Org.). **Recôncavo da Bahia**: sociedade e economia em transição. Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado, 1998. p. 219-239.

PINHO, Osmundo. Race fucker: representações raciais na pornografia gay. In: **Cadernos Pagu**, v. 38, jan-jun, p. 159-195. Campinas: UNICAMP, 2012.

PISCITELLI, Adriana. Gênero: a história de um conceito. In: ALMEIDA, Heloísa Buarque de; SZWAKO, José Eduardo (Org.). **Diferenças, igualdade**. Vol. 1, p. 116-149. São Paulo: Berlendis & Vertecchia, 2009. 240p.

PRENSKY, Marc. Nativos digitais, imigrantes digitais. Trad. de Roberta de Moraes Jesus de Souza. In: **On the Horizon**, v. 9, n. 5, p. 01-06. NCB University Press, 2001.

ORTIZ, Renato. **Pierre Bourdieu**: sociologia. São Paulo: Ática, 1983. 192p.

RICH, Adrienne. Heterossexualidade compulsória e existência lésbica. Trad. Carlos Guilherme do Valle. In: **Revista Bagoas**, n. 05, p. 17-44. Natal: UFRN, 2010.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova**: da crítica da geografia a uma geografia crítica. 6ª ed. São Paulo: Editora USP, 2004. 295p.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. In: **Educação & Realidade**, v. 16, n. 2, jul-dez, p. 05-22. Porto Alegre: UFRGS, 1990.

SDR – Secretária de Desenvolvimento Rural. **Perfil sintético dos territórios de identidade da Bahia**: Recôncavo. Governo da Bahia. 2015.

SEDGWICK, Eve Kosofsky. A epistemologia do armário. In: **Cadernos Pagu**, v. 28, jan-jun. p. 19-54. Campinas: UNICAMP, 2007.

SEFFNER, Fernando. **Derivas da masculinidade**: representação, identidade e diferença no âmbito da masculinidade bissexual. Tese – Doutorado em Educação. Porto Alegre: UFRGS, 2003. 261p.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 73-102.

SIMÕES, Júlio Assis; CARRARA, Sérgio. Sexualidade, cultura e política: a trajetória da identidade homossexual masculina na antropologia brasileira. In: **Cadernos Pagu**, v. 25, jan-jun, p. 65-99. Campinas: UNICAMP, 2007.

SOUZA, Neusa Santos. **Torna-se negro**: as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983. 90p.

SOUZA, Sérgio Luiz Baena de. **Fatores que influenciam os consumidores da Geração “Z” na compra de produtos eletrônicos**. Dissertação – Mestrado em Administração. Natal: UnP, 2011. 187p.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. **Perfil dos territórios de identidade**. (Série territórios de identidade da Bahia, v. 2). Governo do Estado da Bahia. Salvador: SEI, 2016.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo. Trad. de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir, 2010. 448p.

TERTO JR., Veriano de Souza. Homossexualidade e saúde: desafios para a terceira década de epidemia de HIV/AIDS. In: **Horizontes Antropológicos**, ano 8, n.17, p. 147-158. Porto Alegre: UFRGS, 2002.

VANCE, Carole. A antropologia redescobre a sexualidade: um comentário teórico. In: **PHYSIS – Revista de Saúde Coletiva**, v. 05, n. 1, p. 07-31. Rio de Janeiro: UERJ, 1995.

WEBER, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. 2ª ed. São Paulo: Abril Cultural, 1985. 214p

WEBER, Max. **Os economistas** – Max Weber (textos selecionados). Trad. de Maurício Tragtenberg, Waltensir Dutra, Calógeras A. Pajuaba, M. Irene de Q. F. Szmrecsányi e Tamás J. M. K. Szmrecsányi. Revisão de Cássio Gomes. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997. 192p.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. 2ª Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p. 35-82.

_____. **Sexuality**. New York: Routledge, 1986. 127p.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2009. p. 07-72.

ZAGO, Luiz Felipe. **Masculinidades disponíveis.com**: sobre como dizer-se homem gay na internet. Dissertação – Mestrado em Educação. Porto Alegre: UFRGS, 2009. 227p.

_____. **Os meninos**: corpo, gênero e sexualidade em e através de um site de relacionamentos. Tese – Doutorado em Educação. Porto Alegre: UFRGS, 2013. 332p.

ENDEREÇOS ELETRÔNICOS

2 billion consumers worldwide to get smart(phones) by 2016: over half of mobile phone user globally will have smartphones in 2018. **Smartphones Users and Penetration Worldwide (2013-2018)**. eMarketer. In: <http://www.emarketer.com/Article/2-Billion-Consumers-Worldwide-Smartphones-by-2016/1011694>. Acesso em 23/08/2018.

29ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas. Fundação Getúlio Vargas (FGV) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) – Centro de Tecnologia de Informação Aplicada. São Paulo. 2018. In: <http://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2018gvciappt.pdf>. Acesso em 20/08/2018.

Após dois anos, mercado de smartphones cresce em 2017 e atinge o segundo melhor desempenho de vendas. **IDC Releases**. IDC Brasil Consultoria. São Paulo. 26/03/2018. In: <http://br.idclatin.com/releases/news.aspx?id=2312>. Acesso em 20/08/2018.

BOLETIM EPIDEMIOLÓGICO HIV-AIDS 2018. Volume 49 – Nº 53. Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções Sexualmente Transmissíveis. Brasília: Ministério da Saúde, 2018. In: <http://www.aids.gov.br/pt-br/pub/2018/boletim-epidemiologico-hiv-aids-2018>. Acesso em 20/04/2019.

Brasil registra uma morte por homofobia a cada 23 horas, aponta entidade LGBT. **Portal G1**. São Paulo. 17/05/2019. In: <http://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/05/17/brasil-registra-uma-morte-por-homofobia-a-cada-23-horas-aponta-entidade-lgbt.ghtml>. Acesso em 15/06/2019.

Celulares por Região SMP/SMC/Estado (Jun/18). **TELECO**. Telefonia Móvel – Telefonia Celular – Estatísticas de Celulares no Brasil, por UF. São José dos Campos. 2018. In: <http://www.teleco.com.br/ncluf.asp>. Acesso em 20/08/2018.

CENSO DEMOGRÁFICO – IBGE/2010. In: <https://censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em 25/08/2018.

Fast-growth nations clock up the most hours for mobile web usage. YOUNG, Katie. Digital vs. Traditional Media Consumption. **GlobalWebIndex**. 09/09/2018. In:

<http://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/fast-growth-nations-clock-up-the-most-hours-for-mobile-web-usage/>. Acesso em 25/08/2018.

DICIONÁRIO OXFORD. In: <http://en.oxforddictionaries.com/>. Acesso em 10/09/2018.

GRINDR. In: <http://www.grindr.com/>. Acesso em 25/08/2018.

HORNET. In: <http://www.hornet.com/>. Acesso em 25/08/2018.

Israeli founder of Grindr talks about growing up gay and coming out of his family. HALUTZ, Doron. Hareetz. 28, jun/2016. In: <http://www.haaretz.com/israel-news/culture/the-israeli-loins-behind-grindr-1.5253351>. Acesso em 25/08/2018.

Mercado brasileiro de smartphones - Resultados trimestrais. **TELECO**. Telefonia Móvel – Telefonia Celular – Seção Smartphones. São José dos Campos. 2018. In: <http://www.teleco.com.br/smartphone.asp>. Acesso em 20/08/2018.

Mercado de celulares sofre queda de 5,2% em 2016 revela estudo da IDC. **IDC Releases**. IDC Brasil Consultoria. São Paulo. 24/03/2017. In: <http://br.idclatin.com/releases/news.aspx?id=2177>. Acesso em 20/08/2018.

O celular no dia a dia do brasileiro. **Global Mobile Consumer Survey**. Deloitte. São Paulo. 2017. In: <http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/technology-media-telecommunications/GMCS-Dinamico.pdf>. Acesso em 21/08/2018.

O brasileiro é altamente conectado – e o mercado, agora, precisa compreender suas necessidades para gerar oportunidades. **Global Mobile Consumer Survey**. Deloitte. São Paulo. 2015. In: <http://www2.deloitte.com/br/pt/footerlinks/pressreleasespage/Global-Mobile-Consumer-Survey-2015-Brasil.html>. Acesso em 21/08/2018.

Pessoas LGBT mortas no Brasil – Relatório 2017. **Grupo Gay da Bahia (GGB)** – Mortes violentas de LGBT no Brasil. Salvador. 2018. In: <http://grupogaydabahia.com.br/2018/01/18/brasil-campeao-mundial-de-crimes-lgbt-fobicos/>. Acesso em 08/04/2019.

PNAD TIC: Em 2014, pela primeira vez, celulares superaram microcomputadores no acesso domiciliar à internet. **TIC – PNAD – IBGE**. 2016. In: <http://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/9564-pnad-tic-em-2014-pela-primeira-vez-celulares-superaram-microcomputadores-no-acesso-domiciliar-a-internet.html>. Acesso em 23/08/2018.

População LGBT morta no Brasil – Relatório 2018. **Grupo Gay da Bahia (GGB)** – Mortes violentas de LGBT+ no Brasil. Salvador. 2019. In: <http://grupogaydabahia.com.br/2019/01/26/estudo-conta-420-crimes-contralgbt-em-2018/>. Acesso em 08/04/2019.

Preços no Mundo – Benchmarking Internacional – O Desempenho Comparado das Telecomunicações do Brasil – **TELECO**. São José dos Campos. 21/11/2017. In: http://www.teleco.com.br/precos_pais.asp. Acesso em 21/08/2018.

SCRUFF. In: <http://www.scruff.com/>. Acesso em 23/08/2018.

Tecnologia 5G. Tecnologias Móveis – Celular. **TELECO.** São José dos Campos. 16/06/2018. In: http://www.teleco.com.br/5g_tecnologia.asp. Acesso em 23/08/2018.

TINDER. In: <http://www.tinder.com/>. Acesso em 23/08/2018.

Twenty questions for Grindr creator Joel Simkhai – CEO on imitators, haters and the pressures of being on top. SALERMO, Rob: **DailyXtra.** 27, jul/2011. In: <http://www.dailyxtra.com/twenty-questions-for-grindr-creator-joel-simkhai-33729>. Acesso em 23/08/2018.