



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA INFORMAÇÃO – ICHI  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA – PPGGEO  
LINHA DE PESQUISA - ANÁLISE URBANO-REGIONAL

**A PRODUÇÃO DAS MASCULINIDADES E SOCIOESPACIALIDADES DE  
HOMENS QUE BUSCAM PARCEIROS DO MESMO SEXO NO APLICATIVO  
TINDER EM RIO GRANDE – RS**

**DIEGO MIRANDA NUNES**

Rio Grande

2019

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA INFORMAÇÃO – ICHI  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA – PPGGEO  
LINHA DE PESQUISA - ANÁLISE URBANO-REGIONAL

**A PRODUÇÃO DAS MASCULINIDADES E SOCIOESPACIALIDADES DE  
HOMENS QUE BUSCAM PARCEIROS DO MESMO SEXO NO APLICATIVO  
TINDER EM RIO GRANDE – RS**

**DIEGO MIRANDA NUNES**

Dissertação apresentada ao  
Programa de Pós-Graduação em  
Geografia, da Universidade Federal  
do Rio Grande, como requisito para a  
titulação de mestre em Geografia.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Susana Maria  
Veleda da Silva

Rio Grande

2019

## Ficha catalográfica

N972p Nunes, Diego Miranda.

A produção das masculinidades e socioespacialidades de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no aplicativo *Tinder* em Rio Grande – RS / Diego Miranda Nunes. – 2019.  
185 f.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Rio Grande/RS, 2019.

Orientadora: Dra. Susana Maria Veleda da Silva.

1. Gênero 2. Masculinidades 3. Corporeidades 4. Espacialidades  
5. Aplicativo *Tinder* I. Silva, Susana Maria Veleda da II. Título.

CDU 612.6.057(816.5RG)-055.1

Catlogação na Fonte: Bibliotecário José Paulo dos Santos CRB 10/2344

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Susana Maria Veleda da Silva – FURG (Orientadora)

.....

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Raquel Pereira Quadrado – FURG

.....

Prof. Dr. Márcio José Ornat – UEPG

.....

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Leda Velloso Buonfiglio – FURG (Suplente)

---

## AGRADECIMENTOS

Inicio os agradecimentos afirmando: A RESISTÊNCIA FAZ PARTE DA MINHA ESSÊNCIA. Enquanto existirem LGBTs sendo assassinados pelo fato de gostarem de pessoas do mesmo sexo, não me calarei, não nos calarão! Meninos e meninas vestem as cores que desejarem e ninguém soltará a mão de ninguém. Enquanto levantarem armas, nós levantaremos livros. Enquanto propagarem o ódio, nós espalharemos afetos. Afinal, como diz em uma canção de Lulu Santos, *consideramos justa toda forma de AMOR*.

Pensei em iniciar este momento de diversas formas, mas não poderia ser de outra maneira, a não ser iniciando pelo sentimento que carrego desde o início do mestrado, GRATIDÃO. Sou grato por cada momento que vivi neste ciclo, sou feliz com cada escolha que fiz, fui intenso em cada momento que o mestrado me proporcionou e não foram poucos. Costumo dizer que de onde eu venho as pessoas não costumam sonhar, e eu sou um eterno sonhador. Poucos sabem, acredito que apenas a Professora Susana, mas larguei 9 anos de um concurso na prefeitura para me dedicar exclusivamente ao mestrado e assim foi, fiz escolhas e fui feliz com elas.

Sou grato à minha mãe Elaine e minhas irmãs Alice e Jana, por sempre compreenderem meu afastamento das reuniões familiares, enquanto estava imerso nas leituras e escritas. Sei que ao longo da vida fazemos nossas escolhas, ao mesmo tempo que sei que elas são felizes com os passos que segui e seguirei.

Agradeço aos amigos/as, os quais também recusei convites e compreenderam que o mestrado exige dedicação e disciplina. Assim foi, entre recusas e aceites, finalizo este ciclo com os nossos laços de amizades fortalecidos. Ao mesmo tempo que sou grato a eles/as por me escutarem nos momentos que mais precisei e assim me fizeram pensar na temática da pesquisa.

Gratidão aos professores/as que fizeram parte do meu dia a dia na passada pelo PPGGeo, foram essenciais para elaboração deste estudo, cada um/a contribuindo um pouco para a materialização desta pesquisa. Em especial ao

Professor César Martins, o qual sempre se preocupou em compartilhar livros, textos e e-mails que poderiam me auxiliar na escrita.

Sou grato ao Programa de Pós-graduação em Geografia por ter me oportunizado aprender, compartilhar, ir a eventos, publicar e sempre estarem dispostos a me ajudar quando procurei. A toda coordenação do programa, minha gratidão.

Minha gratidão ao Núcleo de Análises Urbanas (NAU) e todos/as que de alguma forma alegraram meus dias com cafés, afetos, sorrisos e boas conversas. E aproveito para registrar o meu carinho aos/as colegas e amigos/as que fiz no mestrado, os quais levarei para o resto da vida. Aline, Maristel, Mário, Thaís, Queli, Mateus, Camila e a Carol que compartilhou orientações, sorrisos, nervosismos, minicursos e publicações. Hoje, seguimos caminhos diferentes na certeza que em breve nos encontraremos em eventos ou nos corredores das escolas/universidades como colegas novamente.

Agradeço o aceite dos/as professores/as Leda, Márcio e Raquel em participar deste momento que é tão importante no encerramento do mestrado, principalmente pela temática que escolhi em pesquisar. Reforço minha eterna gratidão a Professora Raquel que esteve presente desde o seminário de pesquisa (novembro/2017), passando pela qualificação (junho/2018) e agora no encerramento, suas contribuições foram essenciais para tecer um diálogo entre a Geografia e a Educação (e se conversam muito).

Por fim, reservo um espaço muito especial a minha orientadora, amiga, conselheira, Professora Susana! Uma pessoa fantástica, uma profissional incrível, alguém que aprendi muito nestes 24 meses (ou mais, desde a graduação). Fui muito feliz na escolha da orientadora, choramos juntos, sorrimos juntos e aprendemos juntos. A minha eterna gratidão pelas trocas, por me escutar nos momentos que mais precisei, por acreditar no potencial da pesquisa, por se aventurar junto nessa temática, pelos empréstimos dos livros (risos), pelo apoio aos eventos, pelos incentivos diários e por confiar no pesquisador que aqui escreve. E algo que sempre disse nas orientações, somos virginianos (risos) por isso confiamos muito um no outro. MUITO OBRIGADO POR TUDO!

*“Nunca deixe que lhe digam que não vale a pena  
Acreditar no sonho que se tem  
Ou que seus planos nunca vão dar certo  
Ou que você nunca vai ser alguém  
Tem gente que machuca os outros  
Tem gente que não sabe amar  
Mas eu sei que um dia a gente aprende  
Se você quiser alguém em quem confiar  
Confie em si mesmo  
Quem acredita sempre alcança...”*  
(Legião Urbana)

## RESUMO

O estudo em questão versa sobre a produção das masculinidades e socioespacialidades produzidas por homens que buscam parceiros do mesmo sexo no Aplicativo Tinder no município do Rio Grande – RS. Compreendemos que existem múltiplas masculinidades, conseqüentemente variadas corporeidades. Assim, buscamos investigar as masculinidades, as corporeidades e as socioespacialidades produzidas no espaço virtual do Tinder. Os sujeitos imersos no App produzem territorialidades, assim, oportunizam espacialidades diversas a partir do virtual. Partimos de uma perspectiva metodológica pensada nos sujeitos e no referencial escolhido. Sendo assim, nos apropriamos de áreas como a educação, a tecnologia, a antropologia, a Sociologia e a Geografia para construir o referencial teórico. As etapas metodológicas consistiram numa revisão bibliográfica, na imersão do pesquisador no App, na elaboração de um questionário semiestruturado *online*, aplicado a 154 homens que se encontravam num raio de 31 km, a partir da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Nas entrevistas em profundidade com cinco homens que se encontravam no Tinder. Por fim, nos apropriamos da Análise do Discurso da Escola Francesa de Michel Pêcheux para analisar os discursos dos sujeitos. Com isso, aferimos, a partir do referencial teórico-metodológico que o espaço do Aplicativo Tinder produz masculinidades, e estas estão ligadas a atributos iguais aos dos espaços físicos, como fortes, não afeminados e magros. E o corpo é um destes que está atravessado nesta produção, sendo os mais procurados àqueles corpos magros, sarados e em forma. Assim, este passa a ser um dispositivo de atração e desejo. Com isso, as espacialidades produzidas no/pelo Tinder convergem para um território de práticas afetivo ou sexuais de sujeitos criativos/táticos.

Palavras-chave: Gênero, Masculinidades, Corporeidades, Espacialidades, Aplicativo Tinder.



## ABSTRACT

The present study approaches the production of masculinities and socio-spatialities created by men seeking same-sex partners on Tinder in Rio Grande, Rio Grande do Sul. It is our understanding that there are multiple masculinities and, as a result, different corporeities. Therefore, we aim to investigate such corporeities and socio-spatialities on Tinder's virtual space. The individuals who use the app create territorialities and, because of that, generate diverse spatialities originated on the virtual realm. The methodological approach used on this study is focused on the individuals studied and also on selected works of multiple fields of knowledge. That said, we studied fields such as education, technology, anthropology, sociology and geography to build the body of knowledge of this study. In terms of methodology, the study consisted of a literature review, the experiences of the researcher on the app itself and producing an online semi-structured questionnaire answered by 154 men located in a 31 km radius centered on Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Five in-depth interviews were performed with men who at the time used the app. Finally, we analyzed the subjects' discourses based on Michel Pêcheux Discourse Analysis work. Based on the mentioned theoretical work, we were able to infer that the space of Tinder produces masculinities and that their attributes are the same as the ones considered important for masculinities in physical spaces, such as being strong, not effeminate and slim. The body is an agent of spatiality production, and the most coveted ones were those of slim, muscular and fit men. Thus, the body becomes a device of attractiveness and desire. That being the case, the spatialities produced on/by Tinder converge to form a territory of affective or sexual practices made by creative/ingenious individuals.

Key-words: Gender, Masculinities, Corporeities, Spatialities, Tinder app.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b>	Visão global geral sobre o uso de internet.....	34
<b>Figura 2.</b>	Crescimento anual de usuários/as.....	35
<b>Figura 3.</b>	Uso global da internet.....	35
<b>Figura 4.</b>	Acesso à internet por dispositivos.....	36
<b>Figura 5.</b>	Compartilhamento por sistemas de dispositivos móveis.....	37
<b>Figura 6.</b>	Frequência no uso da internet.....	37
<b>Figura 7.</b>	Usuários/as ativos nas plataformas sociais.....	38
<b>Figura 8.</b>	Capa da Revista Veja de 26/04/1989.....	43

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b>	Total de usuários/as presentes no aplicativo Tinder.....	94
<b>Gráfico 2.</b>	Relação de pessoas buscando pessoas.....	94
<b>Gráfico 3.</b>	Faixa etária.....	95
<b>Gráfico 4.</b>	Cor/Raça.....	96
<b>Gráfico 5.</b>	Gênero.....	97
<b>Gráfico 6.</b>	Orientação sexual.....	98
<b>Gráfico 7.</b>	Quem sabe sobre a orientação sexual.....	99
<b>Gráfico 8.</b>	Escolaridade.....	100
<b>Gráfico 9.</b>	Ocupação.....	101
<b>Gráfico 10.</b>	Possui ou não companheiro/a.....	101
<b>Gráfico 11.</b>	Religião.....	102
<b>Gráfico 12.</b>	Tipo de religiosidade.....	103
<b>Gráfico 13.</b>	Se possui filhos/as.....	103
<b>Gráfico 14.</b>	Motivação para criar um perfil no aplicativo Tinder.....	104
<b>Gráfico 15.</b>	Idade que começou a utilizar o aplicativo Tinder.....	105
<b>Gráfico 16.</b>	O que você busca no aplicativo Tinder é encontrado.....	106
<b>Gráfico 17.</b>	Utilização do aplicativo Tinder em outras cidades.....	107
<b>Gráfico 18.</b>	Utiliza outros aplicativos além do Tinder.....	107
<b>Gráfico 19.</b>	Aplicativos utilizados além do Tinder.....	108
<b>Gráfico 20.</b>	Encontrou pessoalmente parceiros que conheceu pelo App Tinder.....	109
<b>Gráfico 21.</b>	Existe um tipo de homem mais procurado no App Tinder.....	109
<b>Gráfico 22.</b>	Existe um tipo de corpo mais procurado no App Tinder.....	110
<b>Gráfico 23.</b>	Sobre utilizar outros espaços de sociabilidade, como baladas, shoppings, cinemas para encontrar parceiros.....	111
<b>Gráfico 24.</b>	Espaços e comportamentos de Anderson.....	128
<b>Gráfico 25.</b>	Espaços e comportamentos de Flávio.....	129
<b>Gráfico 26.</b>	Espaços e comportamentos de Guilherme.....	130
<b>Gráfico 27.</b>	Espaços e comportamentos de Antônio.....	131
<b>Gráfico 28.</b>	Espaços e comportamentos de Thiago.....	132

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1.</b>	Pesquisa sobre masculinidades, mídias digitais e tinder.....	10
<b>Quadro 2.</b>	Resumo do conceito de espacialidades.....	120
<b>Quadro 3.</b>	Resumo do conceito de masculinidades.....	134
<b>Quadro 4.</b>	Resumo do conceito de corporeidades.....	147

## LISTA DE MAPAS

<b>Mapa 1.</b>	Delimitação da área de estudo.....	91
<b>Mapa 2.</b>	Distribuição espacial dos usuários do Tinder no raio de 31 km no município do Rio Grande no período de 19 de fevereiro a 01 de março de 2018.....	111

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

**AD** – Análise do Discurso

**AIDS** - Acquired Immune Deficiency Syndrome

**APP** – Aplicativo

**CAPES** – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoas de Nível Superior

**CFM** – Conselho Federal de Medicina

**CID** – Código internacional de doenças

**HIV** - Human Immunodeficiency Virus

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**IBOPE** – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

**LGBT** – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.

**PBM** – Pesquisa brasileira de mídia

## SUMÁRIO

	<b>CONECTANDO O APLICATIVO</b> .....	15
<b>1</b>	<b>NAVEGANDO EM ESPAÇOS VIRTUAIS</b> .....	20
	1.1. Cibercultura e ciberespaço.....	22
	1.2. Tecendo REDES em tempos líquidos: SOCIAIS.....	25
	1.3. Sobre as Redes Sociais.....	30
	1.4. Pesquisa Digital 2017.....	34
<b>2</b>	<b>A VIRTUALIZAÇÃO DOS CORPOS: PRODUZINDO MASCULINIDADES</b> .....	39
	2.1. O corpo como dispositivo de atração e desejo.....	40
	2.2. (In)visibilidades negociáveis: masculinidades plurais.....	53
<b>3</b>	<b>SOCIOESPACIALIDADES POSSÍVEIS DE HOMENS QUE BUSCAM PARCEIROS DO MESMO SEXO</b> .....	62
	3.1. A socioespacialidade do ARMÁRIO.....	63
	3.2. O ARMÁRIO virtual. ....	71
	3.3. TERRITÓRIOS E (MULTI)TERRITORIALIDADES: territorializando o aplicativo TINDER.....	78
<b>4</b>	<b>CONSTRUINDO PERFIS</b> .....	84
	4.1. Discussões dos caminhos metodológicos – Questionários, Entrevistas e Análise do Discurso.....	85
	4.2. Sobre o objeto de pesquisa ... TINDER e a ÁREA DE ESTUDO.....	91
<b>5</b>	<b>DESCRIÇÃO DOS DADOS PRODUZIDOS A PARTIR DOS QUESTIONÁRIOS ON-LINE</b> .....	93
<b>6</b>	<b>“SER UM HOMEM FEMININO, NÃO FERE O MEU LADO MASCULINO”: DISCURSOS PRODUZIDOS POR SUJEITOS NÃO NEUTROS SOBRE ESPACIALIDADES, MASCULINIDADES E CORPOREIDADES</b> .....	113
	6.1. O espaço e os sujeitos: descrição espacial das entrevistas e apresentação dos entrevistados.....	114
	6.2. Tornando visível o discurso dos sujeitos da pesquisa.....	119
<b>7</b>	<b>(DES)CONECTANDO O APLICATIVO</b> .....	159
	REFERÊNCIAS.....	163

APÊNDICE I - Histórico dos 15 aplicativos mais usados no brasil – 2016.....	171
APÊNDICE II – Questionário on-line.....	177
APÊNDICE III – Roteiro de Entrevistas.....	181
APÊNDICE IV - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	184



## CONECTANDO O APLICATIVO ...

O título “*Conectando o Aplicativo*” nos permite a ideia de ligação, tanto entre o usuário/a e a internet, quanto entre o leitor/a e o que está escrito. As reticências simbolizam os movimentos que a rede mundial de informações proporciona, sendo algo dinâmico e constante. E assim será esta pesquisa: uma conexão entre o pesquisador e a temática, uma imersão em algo inovador para o campo da Geografia. Nessa perspectiva, este trabalho pretende estudar a produção das masculinidades no espaço virtual, especificamente nos perfis de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no aplicativo (App) Tinder em Rio Grande, município localizado no Rio Grande do Sul (RS), o que exige diversas ligações com diferentes saberes e estabelece uma conexão com algo pouco estudado pela Geografia.

O contato com os estudos de gênero e as Geografias Feministas se deu há pouco tempo, apesar do antigo interesse pela área. Assim, entre encontros e desencontros, deixei-me ser levado para esse campo. Também, ao longo da minha trajetória no Programa de Pós-Graduação em Geografia, tive a oportunidade de participar de eventos que foram importantes para o aprofundamento teórico/metodológico sobre as questões de gênero.

Dada a compreensão de que a presente pesquisa encena um suposto ineditismo para o campo da Geografia, os atravessamentos e interpelações vão ao encontro do que Sandra Mara Corazza afirma:

Em primeiro lugar, falo de sentimentos. Para além das exigências cartoriais, penso que toda e qualquer pesquisa nasce precisamente da insatisfação com o já sabido. Pode parecer pouca coisa, uma banalidade, algo de menos-valia, atribuir a um sentimento o mote para que se investigue, mas não é. Simplesmente, porque se alguém está satisfeita/ o com o que está dado, com as formas como avalia, vai passar trabalho para investigar o quê e para quê? (CORAZZA, 2002, p. 111).

Como expressa a autora, as insatisfações fazem o sujeito ir além do que já foi pesquisado nas diferentes áreas do saber. Nessa perspectiva, a **justificativa** está embasada em pesquisas empíricas e teóricas.

A Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM), realizada em 2016, em todas as Unidades da Federação Brasileira, apontou que dos/as 15.050 entrevistados/as acima dos 16 anos, 26% utilizavam a internet como meio de comunicação. Com relação ao tempo de uso da internet, 50% do público respondeu que utilizava a internet todos os dias da semana, sendo que 79% acessavam em casa e 13% no trabalho, o restante usava a internet em outros espaços. A pesquisa apontou que 72% dos/as entrevistados/as relataram usar a internet no telefone celular, e 26% desses usuários/as admitiram ficar mais de 300 minutos (5 horas) conectado/a durante sete dias da semana.

Outra pesquisa que embasa a justificativa foi realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), também em 2016, e aponta um crescente número de aplicativos voltados para a busca de parceiros e parceiras (Apêndice I). Em entrevista com dois mil usuários/as de aplicativos de relacionamento, a pesquisa indicou que 87% deles já utilizaram algum *App*. O aplicativo *Badoo* aparece em primeiro lugar com 33%, em segundo lugar está o *Tinder*, com 15%. Cabe salientar que em ambos a predominância é do público jovem, na faixa entre os 16 e 24 anos, com enfoque, principalmente, para o aplicativo *Tinder*, que possui 26% dos/as usuários/as nessa faixa etária.

O Quadro 1 apresenta os resultados obtidos no banco de dados de teses e dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal Nível Superior (CAPES), realizada em 31/10/2017, a partir das seguintes palavras-chave: masculinidades, mídias digitais e *Tinder*.

QUADRO 1: Pesquisa sobre masculinidades, mídias digitais e *tinder*.

ÁREAS	PESQUISAS	PALAVRAS CHAVE		
		MASCULINIDADES	MÍDIAS DIGITAIS	TINDER
CIÊNCIAS HUMANAS	DISSERTAÇÕES	178	879	Zero
	TESES	66	279	Zero
GEOGRAFIA	DISSERTAÇÕES	3	135	Zero
	TESES	Zero	42	Zero

Fonte: Banco de teses e dissertações da CAPES, 2017. Elaborado por Diego Miranda Nunes. Disponível em: <http://bancodeteses.capes.gov.br/banco-teses/#/>. Acesso em: 31/10/2017.

Encontramos um total de 406 pesquisas sobre masculinidades, sendo 283 dissertações e 113 teses. Dessas, com o filtro das grandes áreas do conhecimento, 178 são dissertações e 66 são teses pertencentes às Ciências Humanas. Na área do conhecimento da Geografia localizamos três dissertações e nenhuma tese. Com relação às mídias digitais, encontramos 15.721 pesquisas: 11.043 dissertações e 3.429 teses. Dessas, 1.158 estão nas Ciências Humanas, com 879 dissertações e 279 teses. Na área da Geografia, 135 eram dissertações e 42 teses. Porém todos os trabalhos sobre este assunto estão ligados às geotecnologias. A busca utilizando a palavra Tinder não remeteu a nenhuma pesquisa. Assim, consideramos a pertinência da pesquisa, pois trata-se de uma temática pouco estudada nas Ciências Humanas e inédita para o campo da Geografia.

Com isso, lançamos o seguinte **problema de pesquisa**: Que masculinidades, corporeidades e socioespacialidades estão sendo produzidas/potencializadas a partir do uso do aplicativo móvel Tinder? Para respondê-la, partimos do pressuposto de que a negociação da visibilidade de desejos por outros homens produz masculinidades específicas.

A partir desse questionamento, o **objetivo geral** deste estudo é investigar as masculinidades, as corporeidades e as socioespacialidades produzidas nos perfis de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no aplicativo Tinder, no município do Rio Grande. Os **objetivos específicos** que operacionalizam a pesquisa são:

1. Traçar o perfil dos usuários selecionados.
2. Identificar a importância da constituição do corpo como dispositivo de atração e desejo.
3. Apontar quais comportamentos dos usuários podem ser classificados como dispositivo de atração e desejo.
4. Estabelecer quais corporeidades e comportamentos constituem as distintas masculinidades.
5. Verificar as redes de sociabilidades (on-line e off-line<sup>1</sup>) produzidas pelos usuários selecionados.

---

<sup>1</sup> Denominamos de sociabilidades on-line aquelas que se estabelecem nos espaços virtuais de interação. E por off-line, as sociabilidades estabelecidas nos espaços físicos.

Para responder o problema de pesquisa e atingir os objetivos propostos, realizamos entrevistas em profundidade (TAYLOR e BOGDAN, 1987) que nos permitiram investigar os sujeitos<sup>2</sup> da pesquisa. Além de um questionário semiestruturado on-line (GIL, 1999) para a caracterização do recorte da pesquisa. As narrativas foram examinadas a partir da Análise do Discurso (AD) da Escola Francesa de Michel Pêcheux.

Consideramos que essa análise permite captar as informações para além da palavra, uma vez que, segundo Orlandi (2008), o “não dito” é o que está por trás da fala, assim, entendendo que por esses caminhos não importa a “língua fechada”. Por meio da AD, portanto, o pesquisador percebe os sujeitos investigados “despidos”, com liberdade em analisar para além daquilo que não é verbalizado.

Ao longo do mestrado, nos detemos em realizar leituras e participar de eventos que foram essenciais para pensar a pesquisa a partir de múltiplos olhares. Os capítulos produzidos, vão ao encontro desses olhares e de outros que estão atravessados em conversas com pessoas que desconheciam por completo o tema. Pensamos que o contato com desconhecidos/as nos permitiu refletir para além daquilo que estamos imersos, bem como nos fez levantar questionamentos até então não pensados por nós.

O texto está estruturado em seis capítulos e subdividido em subcapítulos. No capítulo 1, denominado *Navegando em Espaços Virtuais*, objetivamos apontar a influência das mídias nas formas de sociabilidade das sociedades. Desse modo, fazemos um resgate histórico, desde a comunicação por cartas até a interação mediada pelos *smartphones*. Ainda, subdividimos este capítulo em: *Cibercultura e ciberespaço; Tecendo REDES em tempos líquidos... SOCIAIS; Sobre as Redes Sociais; Pesquisa Digital 2017*.

*A virtualização dos corpos: produzindo masculinidades*, capítulo 2 deste estudo, objetiva proporcionar a discussão acerca dos conceitos de gênero, corpo e masculinidades. Compreendendo, assim, que a virtualização destes corpos está intrinsecamente ligada a pensá-los nos diferentes espaços de sociabilidades on-line e off-line. Ainda, subdividimos esse capítulo em: *O corpo*

---

<sup>2</sup> Utilizaremos os termos sujeitos, usuários e participantes como sinônimos.

*como dispositivo de atração e desejo; (In)visibilidades negociáveis: masculinidades plurais.*

No capítulo 3, *Socioespacialidades possíveis de homens que buscam parceiros do mesmo sexo*, o foco está em espacializar os múltiplos espaços de sociabilidades de homens que buscam parceiros do mesmo sexo. Para tanto, é necessário destacar que entendemos que esses espaços são determinados a partir de negociações e resistências às normas impostas pela sociedade heteronormativa. Esse capítulo está subdividido em: *A socioespacialidade do ARMÁRIO; O ARMÁRIO virtual.*

Em *Construindo perfis*, capítulo 4 deste trabalho, encontramos a metodologia da pesquisa, dividida em duas partes: *Discussões dos caminhos metodológicos – Questionários, Entrevistas e Análise do Discurso; Sobre o objeto de pesquisa ... TINDER e a ÁREA DE ESTUDO.*

No capítulo 5, intitulado *Descrição dos dados produzidos a partir dos questionários on-line*, apresentamos a realização e a descrição dos gráficos que foram produzidos a partir do questionário semiestruturado on-line aplicado a 154 homens que buscavam parceiros do mesmo sexo no aplicativo Tinder, no período de 19 de fevereiro a 1 de março de 2018.

Por fim, o capítulo 6 intitulado como *“Ser um homem feminino, não fere o meu lado masculino”*: *Discursos produzidos por sujeitos não neutros sobre Espacialidades, Masculinidades e Corporeidades*, apresentamos a Análise do Discurso de cinco homens que buscavam parceiros do mesmo sexo no App Tinder. Neste sentido, subdividimos este capítulo em dois itens: *O espaço e os sujeitos: descrição espacial das entrevistas e apresentação dos entrevistados; Tornando visível o discurso dos sujeitos da pesquisa.*

## 1. NAVEGANDO EM ESPAÇOS VIRTUAIS

*As tecnologias digitais ocupam um papel central nas profundas mudanças experimentadas em todos os aspectos da vida social. A natureza, motivos, prováveis e possíveis desdobramentos dessas alterações, por sua vez, são extremamente complexos, e a velocidade do processo tem sido estonteante. Diante de um tal quadro, é difícil resistir à tentação do determinismo tecnológico, que traduz em respostas encantadoramente simples a máxima de que a tecnologia define a sociedade (RECUERO, 2010, p. 12).*

O objetivo deste capítulo é proporcionar discussões acerca dos conceitos de mídias digitais e como elas se estabelecem na sociedade contemporânea, fazendo um resgate histórico dos avanços científicos, concretizados principalmente a partir da Revolução Industrial. Assim, entendo/entendemos os séculos XVIII e XIX como marcos importantes na potencialização da sociedade e na difusão de informações. A partir desse período, os tempos mudaram e a sociedade está em uma dinâmica de consumo cada vez mais acelerada e intensa.

O avanço tecnológico, com início no século XX, trouxe diversas contribuições para a sociedade. Em 1945, surgiram os primeiros computadores nos Estados Unidos e na Inglaterra, sendo ponto de partida à ascensão informacional. Do pós-guerra ao século XXI, as formas de expressão dos relacionamentos também mudaram, passamos de cartas apaixonadas e longos telefonemas para uma explosão de aplicativos, fazendo com que os sujeitos sejam atravessados por essa onda tecnológica e, por vezes, condicionados a viver nesses espaços virtuais de forma imperativa.

Um dos meios mais antigos para a comunicação é a carta, escrita a mão, que levava meses até chegar a seus destinatários. Não se sabe ao certo em que período surgiram, o que se tem conhecimento é que, no Oriente Médio, os reis já utilizavam mensageiros, afim de estabelecer uma comunicação entre a corte e a sociedade.

Um exemplo que podemos apontar do quão importante significou a carta enquanto dispositivo é a carta do escrivão português Pero Vaz de Caminha ao Rei Dom Manoel, datada em primeiro de maio de 1500, na cidade de Porto Seguro, Bahia. Nela são relatados a chegada dos portugueses ao território brasileiro e narrados os detalhamentos da viagem que culminou a chegada ao Brasil. Pero Vaz de Caminha (1500) narrou ao avistar os/as nativos/as:

Ali veríeis galantes, pintados de preto e vermelho, e quartejados, assim pelos corpos como pelas pernas, que, certo, assim pareciam bem. Também andavam entre eles quatro ou cinco mulheres, novas, que assim nuas, não pareciam mal. Entre elas andava uma, com uma coxa, do joelho até o quadril e a nádega, toda tingida daquela tintura preta; e todo o resto da sua cor natural. Outra trazia ambos os joelhos com as curvas assim tintas, e também os colos dos pés; e suas vergonhas tão nuas, e com tanta inocência assim descobertas, que não havia nisso desvergonha nenhuma” (CAMINHA, 1500).<sup>3</sup>

Outro resgate importante são os 21 escritos de Paulo, que fazem parte da Bíblia, direcionados ao povo romano na Grécia Antiga, denominados de Epístolas. As 14 primeiras epístolas são chamadas de Epístolas Paulinas (Romanos, I Coríntios, II Coríntios, Gálatas, Efésios, Filipenses, Colossenses, I Tessalonicenses, II Tessalonicenses, I Timóteo, II Timóteo, Tito, Filemôn e Hebreus) e as 7 restantes nomeadas de Epístolas Católicas (Tiago, I Pedro, II Pedro, I João, II João, III João e Judas). Com isso, passamos por cartas oficiais a cartas de amor, até chegar na invenção do telefone, que culminou em outro marco significativo da comunicação.

Em 10 de março é comemorado o dia do telefone, a data é marcada devido à primeira transmissão elétrica de voz realizada pelo escocês Alexander Graham Bell (10 de março de 1876), foi ele o precursor que conseguiu, primordialmente, aperfeiçoar o artefato e patentear. Segundo relatos de alguns historiadores, Dom Pedro II foi um dos primeiros a testar a invenção de Bell em uma exposição centenária que comemorava os cem anos da Independência dos Estados Unidos da América.

---

<sup>3</sup> Citação da Carta de Pero Vaz de Caminha, disponível em: < [http://objdigital.bn.br/Acervo\\_Digital/Livros\\_eletronicos/carta.pdf](http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/Livros_eletronicos/carta.pdf)> Acesso em: 05/03/2018.

Bell, a uma distância de 150 metros, teria verbalizado a frase de Shakespeare “*To be or not to be.*” (“*Ser ou não ser.*”), e o imperador teria respondido: “*Meu Deus, isto fala*”. É notório que essa invenção marcaria profundamente o modo como a sociedade se comportaria dali para frente, aprimorando e desenvolvendo outros meios relacionais de comunicação (LÉVY, 1999).

O advento da Revolução Industrial, iniciado na Inglaterra, trouxe mudanças significativas e as cidades passaram a se desenvolver em um ritmo intenso e acelerado, tornando as relações sociais mais complexas e comerciais. De acordo com diversos/as historiadores/as, a revolução foi caracterizada por três fases principais. A primeira de 1760 a 1860, marcada pelo aprimoramento da máquina a vapor e a utilização do tear mecânico.

A segunda fase, de 1860 a 1900, é identificada pelo uso da energia elétrica, pelos derivados do petróleo e pela invenção da locomotiva a vapor e do motor a explosão. A terceira fase, de 1900 até os dias atuais, ainda muito discutida entre os/as historiadores/as, seria o período dos avanços tecnológicos, iniciado no século XX e estendido para o XXI.

Desse modo, o atual período é marcado pelo desenvolvimento de tecnologias e pela invenção do computador, máquinas grandes que, segundo Breton e Proulx (2002), eram “dispositivos não comerciais, que foram utilizados, principalmente, para fins militares pelo governo americano. Sendo concebido entre o outono de 1944 e o verão de 1945” (BRETON e PROULX, 2002, p. 65). Ainda, característico dessa fase, é o surgimento dos *smartphones* e *tablets*, datados no século XXI. É a partir dessas revoluções tecnológicas que surgem a cibercultura e o ciberespaço, discutidos a seguir.

## **1.1. Cibercultura e ciberespaço**

Segundo Lévy (1999), não existe sociedade que não esteja dentro da *cibercultura*, a qual ele define como a cultura que emerge através da troca de informações pela rede mundial de computadores. A partir do século XX, como já mencionado no início deste capítulo, essa grande rede é marcada pelo aprimoramento das tecnologias digitais, construindo uma nova cultura



contemporânea. De acordo com o autor, as dinâmicas informacionais e a interação entre o espaço físico e o virtual são constituintes da construção e da constituição do ciberespaço, definido como:

O espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial de computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos (aí incluídos os conjuntos de redes hertzianas e telefônicas clássicas), na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização (LÉVY, 1999, p. 94-95).

Originalmente, a “palavra ciberespaço foi criada em 1984 por William Gibson em seu romance de ficção científica *Neuromancer*” (p. 94). Segundo Champagnatte e Cavalcanti (2015, p. 314), “o ciberespaço emerge como um território sem fronteiras, aparentemente sem controles e hierarquias, em que não há pontos fixos e nem lineares para a disseminação de informações”.

Champagnatte e Cavalcanti salientam que

[...] os processos no ciberespaço sejam conduzidos por características que claramente se distinguem daquelas utilizadas pelos meios de comunicação tradicionais, compreende-se que existe uma relação de complementaridade entre ambos que resulta em ressonâncias e atravessamentos desses processos. Assim como o rádio não substituiu o jornal e também a TV não acabou com o rádio, não há nenhuma evidência de que a *web* vá ocupar o lugar de todas as mídias que a antecederam. É importante salientar que o novo território comunicacional, da internet, não elimina o poder e a capacidade dos meios massivos da indústria cultural, pois ambos os territórios coexistem e se atravessam. Desse modo, a passagem para um novo ambiente comunicacional pode permitir, mas não garante, a reconfiguração das formas de produção e da circulação de informação. O que pode promover tal reconfiguração são as novas possibilidades de criação e gestão de ambientes alternativos às grandes corporações midiáticas, a partir do ciberespaço (CHAMPANGNATTE E CAVALCANTI, 2015, p. 314).

Para os autores, a internet, mesmo como um dispositivo de interação e de grandes alcances, não se sobrepõe a outras culturas de massas, uma vez que em todos os meios comunicacionais encontraremos diferentes públicos, com distintos objetivos e atravessados por ideologias diversas. Com isso, o

ciberespaço seria um território instituído pela interconexão virtual, o qual ainda oportuniza que se criem aquilo que Lévy (2003) vai chamar de inteligência coletiva – “uma inteligência distribuída por toda a parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta de uma mobilização efetiva das competências” (p. 28).

Retornamos à cibercultura de Lévy (1999) para compreender o processo de construção das novas sociedades. A emergência de uma cultura cibernética criaria cidades virtuais/virtualizadas? Segundo Lemos (2004, p. 09), “as cibercidades nascem no contexto das novas tecnologias da informação”. A transformação acelerada dos meios tecnológicos deu início ao que esse autor denomina como cibercidade, sendo a cidade da cibercultura. Conforme explica Lemos (2004),

cibercidade nada mais é do que um conceito que visa colocar o acento sobre as formas de impacto das novas redes telemáticas no espaço urbano. Redes de cabos, fibras, antenas de células, espectro de ondas de rádio permitindo uma conexão wi-fi, entre outras, estão modificando a nossa vivência no espaço urbano através do teletrabalho, da escola on-line, das comunidades virtuais, dos fóruns temáticos planetários. O que está em jogo é a redefinição dos espaços públicos e do espaço privado (LEMOS, 2004, p. 20).

Todavia, devemos distanciar o fenômeno cibercidade de algo radical, na verdade, ela denota de uma reconfiguração do espaço urbano que está em constante transformação. Não se pauta por uma substituição do espaço físico pelo espaço virtual, mas sim na emergência de inteligências coletivas capazes de fortalecer laços comunitários (LEMOS, 2004). Para Lemos, “a ciência da inteligência coletiva busca apropriar o potencial agregador da rede para o exercício da cidadania” (p. 22).

Contudo, o que é, afinal, o virtual que tanto mencionamos? Quais as implicações e as contribuições desse espaço para a sociedade contemporânea? Focamos, a partir de agora, nesse conceito, por entender que ele atravessa tudo o que já foi discutido até o momento e o que virá a seguir. Segundo Lévy (1996, p. 15), “a palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência”. Ainda, o autor trabalha com a ideia de que real e virtual

não são opostos, sendo oposição daquilo que é atual: “[...] virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes” (LÉVY, 1996, p. 15).

Para Alliez,

a relação do atual com o virtual constitui sempre um circuito, mas de duas maneiras: ora o atual remete a virtuais como a outras coisas em vastos circuitos, onde o virtual se atualiza, ora o atual remete ao virtual como a seu próprio virtual, nos menores circuitos onde o virtual cristaliza com o atual. O plano de imanência contém a um só tempo a atualização como relação do virtual com outros termos, e mesmo o atual como termo com o qual o virtual se intercambia. Em todos os casos, a relação do atual com o virtual não é a que se pode estabelecer entre dois atuais. Os atuais implicam indivíduos já constituídos, e determinações por pontos ordinários; ao passo que a relação entre o atual e o virtual forma uma individuação em ato ou uma singularização por pontos relevantes a serem determinados em cada caso (ALLIEZ, 1996, p. 55-56).

Alliez (1996) corrobora com Lévy (1996) ao afirmar que o espaço virtual se complementa ao atual, em formas de circuitos, porém de maneiras distintas. Ambos pretendem transmitir a compreensão de que o ciberespaço é algo estabelecido por características virtualizadas, a partir de processos de territorialização, reterritorialização e desterritorialização. Esses conceitos são importantes para o campo da Geografia, e nas ciências da comunicação se assemelham. Segundo Souza (1995, p. 80), “[...] o território é definido e delimitado por e a partir das relações de poder”. Não distante do território físico, materializado, temos o virtual, um espaço não concreto, mas concebido a partir de relações sociais e de dominação, habilidade e possibilidade. Estas são potencializados na contemporaneidade por redes de conexões virtuais e físicas.

## **1.2. Tecendo REDES em tempos líquidos... SOCIAIS**

Fazer *check-in*, marcar pessoas em fotos, fazer compras pela internet, ter diversos grupos sociais em espaços virtuais, possuir uma pluralidade de aplicativos, tudo isso são apenas alguns traços da sociedade contemporânea, cada vez mais plugada e sem fio. Atualmente, é muito comum em rodas de conversas, seja em mesas de restaurantes, seja em bares, perceber as pessoas

presas em um celular, dando prioridade para a imersão no espaço virtualizado. É natural nesses espaços de sociabilidade off-line que a primeira frase a ser verbalizada ao garçom seja “*Qual é a senha do wifi?*”. Mas, afinal, que rede é essa capaz de afastar o que está próximo? Dias (2007, p. 13) vai dizer que essa “malha” é “capaz de criar condições sociais inéditas e de estruturar os territórios”.

Inicialmente, vamos distinguir o que é rede social e mídia social, para que possamos trabalhar com os dois conceitos de formas separadas. Segundo Recuero (2010, p. 29), rede e mídia social são elementos diferentes, “as redes sociais são metáforas para os grupos sociais. Já a “mídia social”, é um conjunto de dinâmicas da rede social”. Para a autora,

são as dinâmicas de criação de conteúdo, difusão de informação e trocas dentro dos grupos sociais estabelecidos nas plataformas online (como sites de rede social) que caracteriza aquilo que chamamos hoje de mídia social. São as ações que emergem dentro das redes sociais, pela interação entre as pessoas, com base no capital social construído e percebido que vão iniciar movimentos de difusão de informações, construção e compartilhamento de conteúdo, mobilização e ação social. E isso ocorre principalmente porque as redes sociais acabam criando e mantendo, através das ferramentas da Internet, canais mais permanentemente abertos de informação e contato (RECUERO, 2010, p. 36).

As redes são caracterizadas por suas múltiplas formas e funções, criando arranjos relacionais comuns no século XXI. A todo momento, redes são produzidas, territórios são instituídos, a fim de garantir novas organizações sociais. As redes produzidas e construídas são definidas a partir de um conjunto de características, de acordo com os atores que a concebem e suas conexões. Os atores são as pessoas que constituem os primeiros elementos a serem considerados, aquelas capazes de moldar as estruturas sociais através do fortalecimento dos laços sociais. As conexões seriam formadas pela interação entre atores, o elo entre conexão e atores modifica e forma as estruturas sociais.

Compartilhando do pensamento de Bauman (2001), na modernidade líquida pensada por ele, é vital que os seres humanos interajam uns com os outros. E assim seria a vida em rede. Sobreviver a esse espaço é fazer parte do meio social. A mesma relação afetiva que Bauman (2004) aponta em *Amor Líquido* ocorre com a sociedade de consumo, devido à constante fluidez dos

tempos, impulsionada pelo mercado, já que cada período se concentra “na desvalorização imediata de suas antigas ofertas, a fim de limpar a área da demanda pública para que novas ofertas a preencham” (BAUMAN, 2008, p. 128).

De fato, nos tornamos reféns de um mercado ávido por consumidores que, por sua vez, também são ávidos. É uma relação de troca ou de necessidade de ambos. “O mundo formado e sustentado pela sociedade de consumidores fica claramente dividido entre as coisas a serem escolhidas e os que escolhem; as mercadorias e seus consumidores: as coisas a serem consumidas e os seres humanos que as consomem” (BAUMAN, 2008, p. 20).

Atrelados a esse consumo sem controle expomos os aplicativos de relacionamentos. Bauman (2008) ressalta que deixamos o off-line para nos inserirmos em uma “cibervida” ou em uma vida “sem fio”, cada vez mais plugada e com necessidades variadas. Afinal, estar dentro de um aplicativo à procura de parceiros/as nos dá uma liberdade que um encontro cara a cara não permitiria, ou seja, as formas de relacionamento mudaram, e com isso as formas de sociabilidades também foram alteradas.

Além disso, ao mesmo tempo que somos consumidores dentro de aplicativos, escolhendo as pessoas com as quais iremos nos relacionar através de um deslize de dedos, também somos objetos de consumo destas, e elas consumidoras. Assim, a partir do avanço da tecnologia, nos tornamos mercadorias e também transformamos outras pessoas em objetos deste consumo. Para Sibilia (2008), tanto na internet quanto fora dela, somos atçados pelo mercado do consumo, potencializando a criatividade de ser e estar nos espaços virtuais, o que fomenta o capitalismo contemporâneo.

Bauman (2008) salienta que, inserida nessa nova forma de interação, “a necessidade que a sociedade contemporânea tem em expor, dentro do universo das tecnologias, a sua vida pública é dar visibilidade ao invisível e ao mesmo tempo não ficar fora do ‘mundo líquido-moderno dos consumidores’” (BAUMAN, 2008, p. 09). “Entrar na web para escolher/comprar um parceiro segue a mesma tendência mais ampla das compras pela internet” (p. 27).

O encontro presencial exigiria habilidades sociais, por vezes inexistentes, com isso, os encontros virtuais são as formas de sociabilidades mais seguras para alguém que se dispõe ao desconhecido. Para Sibilia (2008), a exposição é

imperativa, incitada pela visibilidade em detrimento de novas formas de autoconstrução, por vezes, sociabilidades líquidas. Para a autora,

a rede mundial de computadores se tornou um grande laboratório, um terreno propício para experimentar e criar novas subjetividades: em seus meandros nascem formas inovadoras de ser e estar no mundo, que por vezes parecem saudavelmente excêntricas e megalomaniacas, mas outras vezes (ou ao mesmo tempo) se atolam na pequenez mais rasa que se pode imaginar (SIBILIA, 2008, p. 27).

Com isso, retorno a Recuero (2010) apontando que redes sociais são laços criados dentro ou fora do espaço virtual e as mídias digitais, por sua vez, seriam o caminho para a criação das redes, incluindo a internet como um desses caminhos. Sendo assim, as redes sociais tem o objetivo de traçar uma conexão entre as pessoas, já as mídias possuem um significado mais amplo, constituída por meio da utilização de aparatos tecnológicos.

Os avanços criados pela era informacional deram sustentação a uma sociedade cada vez mais interconectada. Costa (2005, p. 236) afirma que “[...] a sociedade é fruto de uma árdua e constante negociação entre preferências individuais[...]”. E destaca que essa interconexão entre pessoas e meios virtuais “[...] implica que tenhamos de nos confrontar de algum modo, com nossas próprias preferências e sua relação com aquelas de outras pessoas” (p. 236).

Essa capacidade de interação entre as pessoas e a habilidade de construção de redes de comunicações é classificada, segundo alguns autores/as como “capital social” (COSTA, 2005). Desde os anos 1990, esse conceito vem sendo discutido por vários autores (BURT, 2005; LIN, 2005; NARAYAN, 1999; PORTES, 1998; GROOTAERT, 1997; FUKUYAMA, 1996; PUTNAM, 1993; COLEMAN, 1990), para Recuero (2010, p. 44), por exemplo, “[...] o conceito é variado e não há uma concordância, entre os estudiosos, sobre qual vertente deve ser seguida”.

Para Costa (2005), o termo “capital” é proveniente das relações sociais, uma vez que a interação é tratada como riqueza a ser explorada, “capitalizada”. Ou seja, as relações dentro das redes sociais, a partir da negociação de confiança, durabilidade, sociabilidade, cooperação, popularidade e reconhecimento são importantes para a constituição do capital social. Para

Recuero (2010, p. 45), Putnam entende o capital social “[...] associado à ideia de virtude cívica, de moralidade e de seu fortalecimento através das relações recíprocas [...]”. Entendendo que dois fatores são primordiais para a valoração social: o coletivo e o individual. Seguindo essa conceituação de Putnam, Recuero (2010) vai afirmar que,

o aspecto individual vem dos interesses dos indivíduos em fazer parte de uma rede social para seu próprio benefício. O aspecto coletivo vem do fato de que o capital social individual reflete-se amplamente na esfera coletiva do grupo, sejam eles como custos ou benefícios. É daí que vem a dupla natureza do conceito, que pode englobar tanto bens privados como coletivos (RECUERO, 2010, p. 45).

Para Recuero (2010, p. 47), “o capital social em Bourdieu é diretamente relacionado com os interesses individuais, no sentido de que provém de relações sociais que dão a determinado ator determinadas vantagens”. Para Bourdieu (1985, p. 248), a definição de capital é a de “recursos que estão à posse de uma rede mais ou menos institucionalizada de relações de conhecimento e reconhecimento mútuo”.

Não distante do conceito de Bourdieu, Recuero (2010) menciona Coleman como um dos estudiosos sobre o capital social, compreendendo a partir da visão dele que “[...] o capital social não está nos atores em si, mas em sua estrutura de relações [...]” (RECUERO, 2010, p. 48). Nessa perspectiva, tomaremos como conceituação de capital social a de Recuero (2012):

[...] o capital social é pensado como constituído de recursos coletivamente construídos relacionados ao pertencimento da rede, valores esses que podem ser individualmente apropriados. Assim, fazer parte de uma rede social é relevante para um determinado ator porque este tem acesso a recursos construídos pelo grupo, como, por exemplo, informações que lhe sejam relevantes (que a rede faz circular), ou mesmo a apoio social ou acesso a normas que regem o grupo e as interações. Todos esses recursos são construídos através de laços sociais e, em última análise, das práticas conversacionais. Por conta disso, o capital social é um valor coletivo, de que os atores podem se apropriar e transformar (RECUERO, 2012, p. 136).

A ideia que os/as autores/as trazem sobre o capital social corrobora com aquela a que já discutimos sobre estar nos aplicativos em busca de parceiros,

uma vez que estes também podem ser configurados como criadores de redes. A seleção de fotos apropriadas para a configuração do perfil, a maneira como desejamos nos mostrar para o universo virtual configura-se como capital social, ora pela relação, ora pela interação e, por diversas vezes, pelos laços sociais construídos.

É complexo pensar em que momento e como adquirimos atributos capazes de construir determinado capital social, compreendendo a rede como maleável e temporal. Para Recuero (2012), o espaço virtual é um território mais acessível para conquistar o capital social, que por vezes seria mais custoso no espaço off-line. Quanto maior for a exposição nesses espaços, maiores serão as oportunidades de produção do capital, dado que a visibilidade é uma das peculiaridades do capital social.

### **1.3. Sobre as Redes Sociais**

A emergência do ciberespaço constituiu novas formas sociais de organização, criando laços afetivos de comunicação. Esses canais são capazes de construir territórios, como já mencionamos, e de reconfigurar novos espaços a partir de necessidades específicas. Para Miskolci (2017), “foi o encontro do PC (*computer personal*) com o telefone que possibilitou a disseminação da internet” (MISKOLCI, 2017, p. 20-21). A internet possibilitou uma maior interatividade entre as pessoas, oportunizando novos arranjos comunicacionais.

Para Recuero (2012), os novos arranjos da comunicação são fruto de um movimento social e temporal, oriundo de profundas modificações com o passar dos anos. Paraphraseando a autora, as novas tecnologias oportunizam espaços de interação de indivíduos com outros indivíduos, “buscando estabelecer e/ou manter laços sociais” (p. 16). De acordo com o pensamento da autora, esses espaços passam a serem vistos como espaços de lazer, agregados ao cotidiano das pessoas. Serão aí que “as práticas sociais começam a acontecer, seja por limitações do espaço físico, seja por limitações da vida moderna, seja apenas pela comodidade da interação sem face” (RECUERO, 2012, p. 17).



A sociedade em rede ou das redes se consolidou a partir da organização das estruturas informacionais e daquilo que Miskolci (2017) irá chamar de três grandes transformações articuladas, sendo elas: as transformações culturais e políticas deflagradas pelos movimentos sociais da década de 1960, como o feminista e, acrescentaria, o movimento homossexual; a revolução informacional instalada na década de 1970; e a reestruturação capitalista da década seguinte (MISKOLCI, 2017, p. 21). Segundo o autor,

a vida conectada em rede começou a contestar a separação entre o on-line e o off-line, assim como a de que seria possível viver em um espaço alternativo e com regras próprias. Não só as normas do velho cotidiano face a face moldam nossas relações on-line, mas também – desde que o acesso à rede se disseminou – as características das interações por mídia digitais têm passado a modificar as do dia a dia. Talvez até seja mais acurado aventar que vivemos em uma nova esfera relacional, cujos horizontes, regras e também limitações estamos descobrindo ao mesmo tempo em que nela adentramos (MISKOLCI, 2017, p. 22).

As mudanças no dia a dia são reflexos de novas formas de ser e estar na vida contemporânea. E é a partir dessas formas que construímos limitações e desconstruímos barreiras, à medida que nos infiltramos nesse mundo da conectividade. Para Recuero (2012, p. 17), as “milhares de trocas entre as pessoas que se conhecem, que não se conhecem ou que se conhecerão representam conversações que permeiam, estabelecem e constroem as redes sociais” . Serão estas que estabelecerão a conversação em rede, que para a autora é definida como “uma nova forma conversacional, mais pública, mais coletiva” (p. 17).

Para Recuero (2012), o contemporâneo modelo de interação<sup>4</sup> permite o delineamento da construção de redes, compreendendo sentimentos de determinados coletivos e obtendo informações sobre grupos que se organizam na rede e por ela. A potência das redes sociais é imensurável, a ponto de influenciar debates políticos e no planejamento e na prática de manifestações públicas.

---

<sup>4</sup> Recuero (2012) utiliza os termos “interação” e conversação” como sinônimos.

Talvez a contestação da separação do *on-line* e *off-line* que Miskolci (2017) aponta seja bem exemplificada nas redes sociais, pois é algo intrínseco e presente nos atores sociais. O público e o privado se entrelaçam, e aquilo que está posto nas redes toma proporções e influências incalculáveis. Recuero (2012) afirma, nesse sentido, que as redes sociais não são “pré-construídas”, mas sim moldadas pelas práticas dos atores que nela adentram. Para a autora,

contextos são convencionados pelos interagentes através de negociação. É uma conversação em rede, múltipla, espalhada, com a participação de muitos, e que permanece gerando novas apropriações e migrando entre as diversas ferramentas (RECUERO, 2012, p. 36).

Todavia, são as apropriações das redes sociais que nos fazem pensar nas diferentes formas de sociabilidade. Os processos de transformações ocorrem diariamente e a adaptação dos atores se dá devido a necessidades específicas, moldadas pelas ferramentas de interconexão. Ou seja, agenciamentos são constantemente construídos para a manutenção de redes ou a criação de novas formas de ser e estar no ciberespaço.

Um ponto importante a ser pensado sobre as redes sociais é a relação público *versus* privado. Até que ponto existem demarcações que garantem um certo conforto aos atores sociais, em detrimento da sua vida particular? A criação de qualquer perfil em uma rede, exige uma série de informações a serem preenchidas para que se possa estar nela. Uma vez completados os dados, o usuário passa a ter acesso àquilo que a ferramenta se propõe, à interatividade.

Para Recuero (2012), esse é o maior problema para o gerenciamento do que é público e do que é privado. Quando aceitamos alguém em nossas redes sociais, seja por qualquer motivação que somos impulsionados, estamos construindo nós, “conexões-pontes” ou “conexões fracas” (p. 148), para administrar aquilo que somos, postamos e falamos nas redes. Quando se aceita um “amigo” em determinada rede social, não existem fronteiras sobre as interconexões daquilo que foi dito em determinado espaço com aquilo compartilhado nos outros espaços.

Recentemente, em 2018, o maior site de rede social da internet, o *Facebook*, informou que pelo menos 87 milhões<sup>5</sup> de usuários/as tiveram seus dados vazados, a maioria pertencente aos Estados Unidos. Segundo informações do Facebook, os dados foram explorados de forma inapropriada pela Cambridge Analytica, empresa que prestou consultoria política na campanha do presidente dos EUA, Donald Trump.

O *Facebook* admitiu o erro na política de privacidade dos dados dos usuários e iniciou tentativas para corrigi-los. No entanto, o fundador do site da rede social afirma que houve um ruptura significativa na confiança dos usuários com a empresa. Ainda, divulgou o número estimado de usuários que foram afetados por países, o Brasil é o oitavo país, com pouco mais de 443 mil usuários com dados explorados.

Outra notícia que marcou o mês de abril de 2018 foi o compartilhamento do status de HIV dos usuários do aplicativo *Grindr*<sup>6</sup> com outras empresas. O app é voltado para o público gay, criado em 2009. Assim como os demais aplicativos, ele permite que você insira dados, mesmo que não obrigatórios para o preenchimento do perfil.

Segundo denúncias da SINTEF, ONG norueguesa, dados como número de telefone, localização e e-mail do usuário foram compartilhados com as empresas Apptimize e Localytics. O *Grindr* se manifestou dizendo que a prática era comum na indústria dos aplicativos, visando o aprimoramento do aplicativo e o desenvolvimento de novas funcionalidades.

Ambas as notícias, recentes, nos fazem refletir se existem fronteiras entre o público e o privado na cibercultura. Para Recuero (2012), as práticas de visibilidades precisam ser repensadas e negociadas com os demais atores que compõe a rede, por mais que elas estejam intrinsecamente ligadas a eles. Pensar que não existe segurança no ciberespaço é compreender como a sociedade

---

<sup>5</sup> Disponível em: < <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/facebook-eleva-para-87-milhoes-o-n-de-usuarios-que-tiveram-dados-explorados-pela-cambridge-analytica.ghtml>> Acesso em: 05/04/2018.

<sup>6</sup> Disponível em: < <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/app-de-relacionamento-gay-grindr-compartilhou-status-de-hiv-de-usuarios-com-outras-empresas.ghtml>> Acesso em: 05/04/2018.

contemporânea se comporta diante da insegurança. Indo mais além, é necessário entender que o privado se tornou público a partir do momento em que a própria sociedade organizada desenvolveu dispositivos que permitissem tal exposição.

## 1.4. Pesquisa Digital 2017

Para fortalecer as discussões acerca das redes sociais, trazemos brevemente a Pesquisa Digital 2017, realizada pelo *We Are Social* em janeiro de cada ano e referente ao ano anterior. A pesquisa apresenta a visão global do universo virtual. Aqui, apresentamos recortes que colaboram com as discussões propostas ao longo deste capítulo. A partir da pesquisa citada, destacamos que 3,8 bilhões são usuários/as da internet e 2,7 bilhões são usuários ativos nas redes sociais no mundo, destacados na Figura 1.

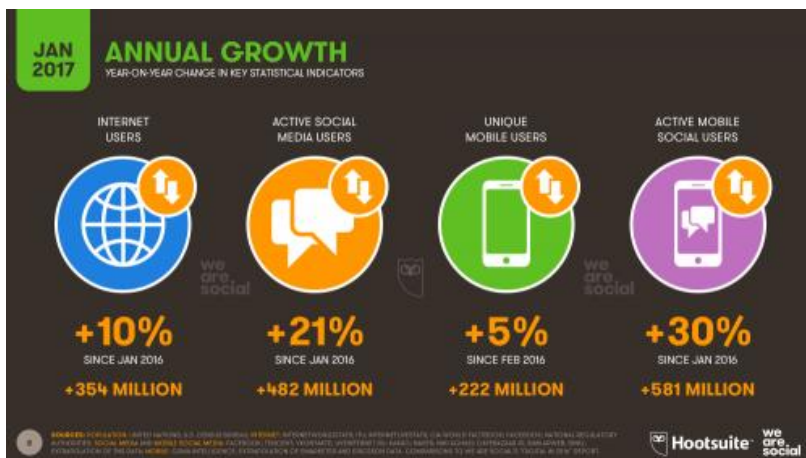
**FIGURA 1:** Visão global geral sobre o uso de internet.



Fonte: We Are Social, 2017.

A comparação entre os anos de 2015 e 2016 mostra que o crescimento foi contínuo e acelerado. No ano de 2016, houve um aumento de 354 milhões de novos/as usuários/as, representando um crescimento de 10% comparado ao ano de 2015. Com relação aos usuários/as ativos em redes sociais, houve um aumento de 482 milhões de pessoas, correspondendo a 21%, apresentados na Figura 2.

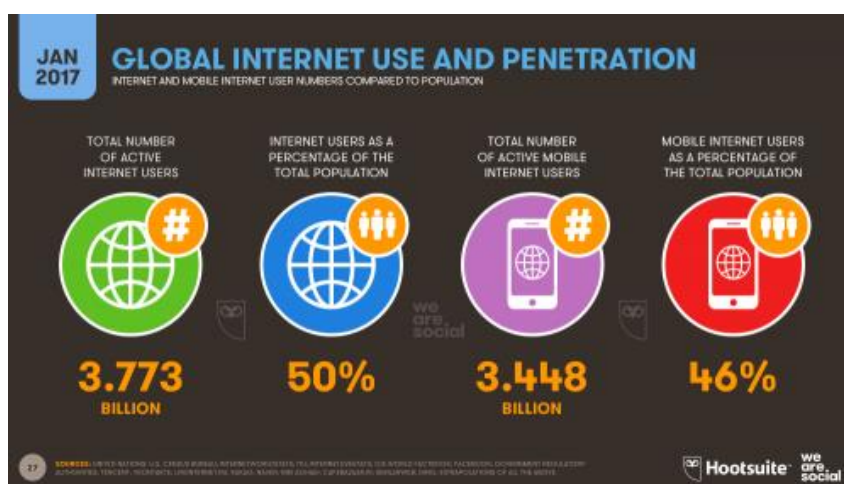
**FIGURA 2:** Crescimento anual de usuários/as.



Fonte: We Are Social, 2017.

A Figura 3 aponta que 50% da população mundial utiliza internet (3,7 bilhões), sendo que, deste total, 90% (3,4 bilhões) utilizam a internet por dispositivos móveis correspondendo a 46% da população mundial. Apesar do número expressivo, a pesquisa aponta uma desigualdade entre os países do continente americano e africano.

**FIGURA 3:** Uso global da internet.

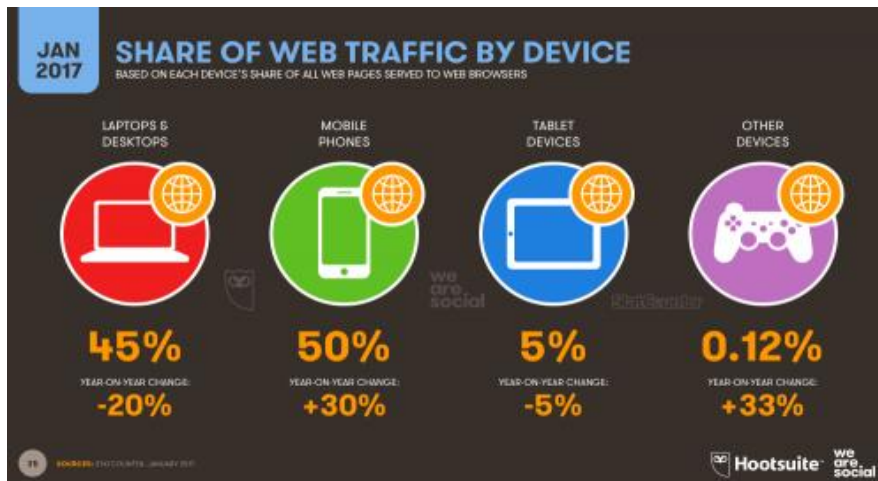


Fonte: We Are Social, 2017.

Na Figura 4, observa-se que 45% da população acessa a internet por *laptops* e *desktops* em 2016, uma queda de 20% comparado a 2015. Em contrapartida, 50% dos usuários acessam a internet por telefones celulares, o que corresponde a um aumento de 30% se comparado a 2015. Já 5% dos usuários acessam a internet por *tablets*, representando uma queda de 5% em

2016. Não podemos dizer que houve uma redução no número de usuários que acessam por *laptops* e *desktops* e *tablets*, mas sim uma migração para outros dispositivos, principalmente celulares.

**FIGURA 4:** Acesso à internet por dispositivos.

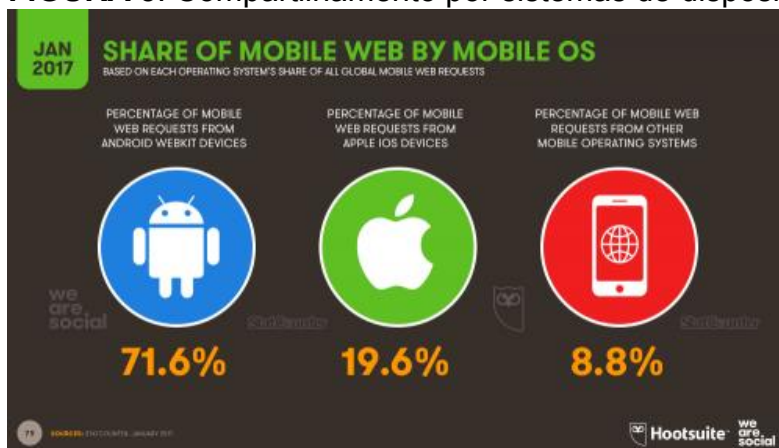


Fonte: We Are Social, 2017.

Devido ao custo mais acessível às camadas populares, o Sistema Android tem se consolidado como o sistema operacional mais utilizado no mundo, representando 71,6 % do total que acessa por dispositivos móveis. Por outro lado, o Sistema IOS da Apple, apesar do seu crescimento de 1% em 2016, ainda fica em segundo lugar sobre os sistemas operacionais mais utilizados.

Cabe destacar que o Sistema Android nasceu em 2008 e está presente em diversos aparelhos com preços mais acessíveis. O Android é criado baseado no núcleo do Linux e desenvolvido pela Google, como concorrente direto da Apple. Devido ao baixo custo e eficácia, o sistema conseguiu se manter no mercado como o mais utilizado no mundo, inclusive por empresas que buscam sofisticação e qualidade.

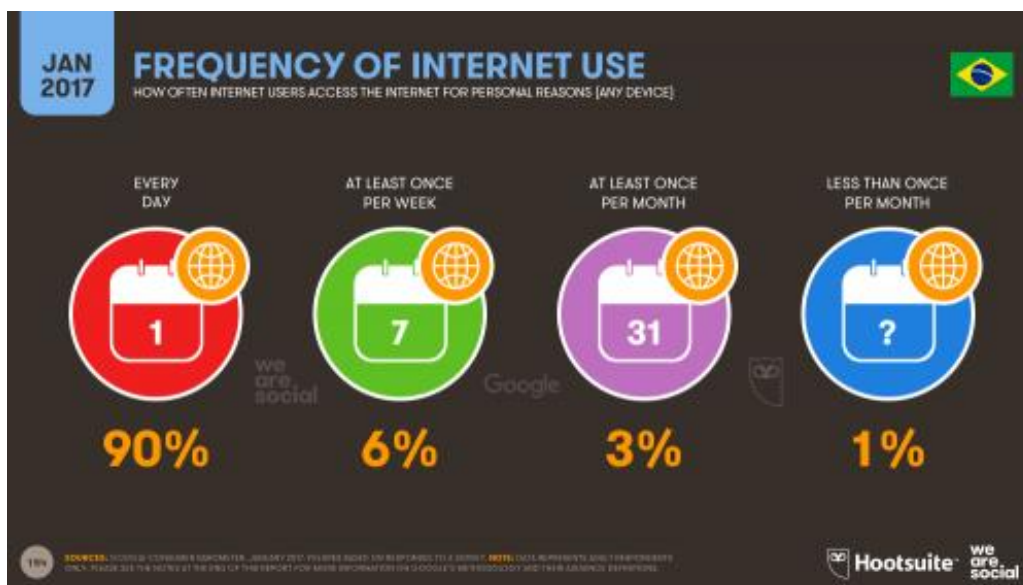
**FIGURA 5:** Compartilhamento por sistemas de dispositivos móveis.



Fonte: We Are Social, 2017.

Na Figura 6, apontamos a frequência no uso da internet. No Brasil, 90% acessam a internet todos os dias, 6% utilizam pelo menos uma vez por semana, 3% utilizam pelo menos uma vez no mês, e 1% utiliza menos de uma vez por mês.

**FIGURA 6:** Frequência no uso da internet.

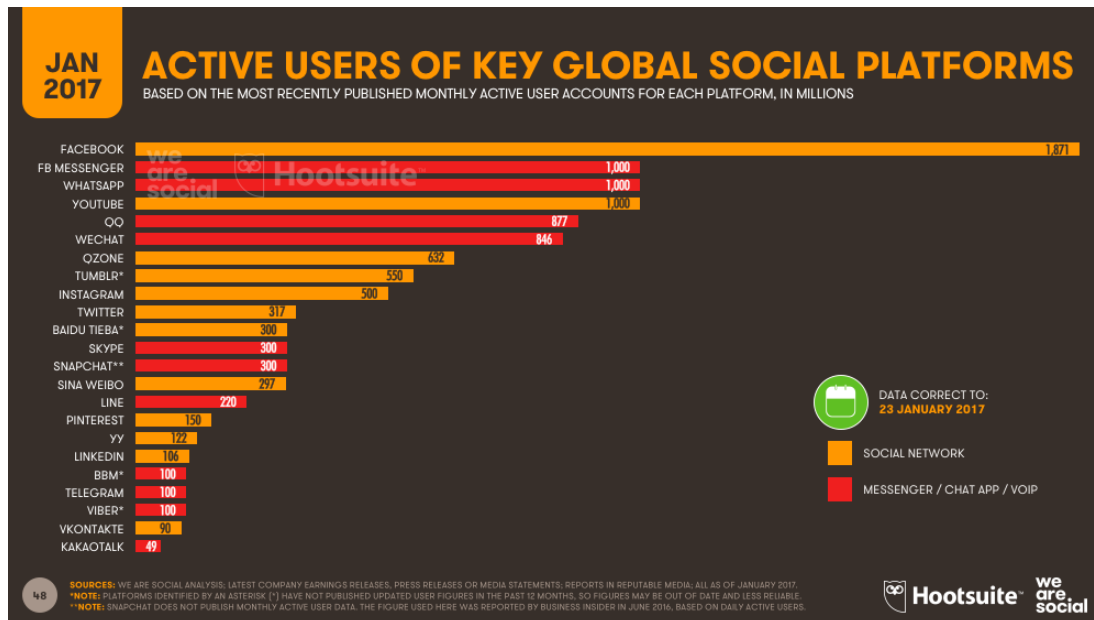


Fonte: We Are Social, 2017.

E, na Figura 7 apontamos as plataformas sociais mais acessadas no mundo. A rede social mais utilizada é o *Facebook*. Em abril de 2017, essa rede atingiu mais de dois bilhões de usuários/as ativos na plataforma. Na sequência, está o *Facebook Messenger*, com um bilhão de usuários/as, e o *WhatsApp*,

também com um bilhão, segundo dados da pesquisa realizada pelo We Are Social.

**FIGURA 7:** Usuários/as ativos/as nas plataformas sociais.



Fonte: We Are Social, 2017.

Diante do exposto, apontamos que o universo virtual está intrinsecamente ligado à vida das pessoas. Os dados apontados pela pesquisa demonstram um aumento significativo na utilização da internet por dispositivos móveis se comparado ao ano de 2016. As relações sociais estão mudando e, na contemporaneidade, torna-se imperativo estar nas redes sociais. Não só como forma de visibilidade, mas também de estar presente nos acontecimentos que rondam o universo *on-line*.

O espaço online é concebido pela ciência geográfica, a territorialização dele nos aponta importantes pistas para discuti-lo enquanto um espaço de práticas. A partir dos dados apresentados, podemos compreender que a produção do espaço virtual, a qual defendemos enquanto algo extremamente geográfico, se torna potente de reflexões e pontes com os espaços físicos. O espaço é produto das relações sociais, marcado por sujeitos, artefatos e também por transformações. O virtual é uma condição de um outro espaço, o físico, ele é o meio pelo qual sujeitos, corpos, se comunicam e produzem conexões.



## 2. A VIRTUALIZAÇÃO DOS CORPOS: PRODUZINDO MASCULINIDADES

*Os corpos são materiais, possuem forma e tamanho e, inegavelmente, “ocupam” um espaço físico. Por meio de ações, os corpos produzem mercadorias. Sendo assim, estados corpóreos, como saúde, doença, força física, capacidade reprodutiva e habilidades manuais, são elementos de intensa associação entre o corpo e a sociedade e, portanto, o espaço (SILVA et al. 2013, p. 87-88).*

Denominamos este capítulo como *A virtualização dos corpos: produzindo masculinidades...* por compreender, a partir das nossas leituras e imersões, que nos aplicativos os corpos virtuais estão constantemente em construção e produção. Virtualizar o corpo é entendê-lo como algo que transita entre o querer e o ser, aquilo que somos e o que desejamos.

Neste capítulo, portanto, abordaremos conceitos pertinentes ao escopo da pesquisa, adotando o conceito de gênero da autora Judith Butler e os estudos *Queer*, por perceber que estes se enquadram aos sujeitos deste trabalho. Assim, discutiremos a construção do corpo a partir de alguns/as autores/as, dialogando com os conceitos de masculinidades, assim, operacionalizados a partir de Richard Miskolci e Pierre Bourdieu, principais interlocutores.

Neste sentido, compreendemos assim como Goellner (2003) que refletir sobre a produção dos corpos atravessados pela cultura moderna é um desafio para os/as pesquisadores/as, porém, um exercício importante a ser realizado. O corpo é histórico, produto de uma construção social, que apresenta marcas no espaço e no tempo. Assim, o espaço é um resultado de sujeitos que não são neutros, como afirma Silva (2011), mas produto de corpos interpelados por marcadores como gênero, raça, etnia e geração.

Portanto para Goellner (2003) o corpo é muito mais do que aquilo que vemos, ele é produto da linguagem. Assim, é importante refletir sobre os espaços, pois para a autora, estes educam os corpos e deixam marcas que nele são incorporados. Com isso, pensamos nestes corpos situados em um

determinado tempo e espaço, sendo este o virtual. E neste sentido, pensamos que estes corpos não estão prontos, dados, eles são múltiplos, plurais e carregados de significados. Para Goellner (2010) o corpo revela o tempo e espaço que foi educado, compreendendo assim que este é pedagogizado por processos contínuos. Refletindo a partir da autora, que problematizaremos o corpo a partir das mídias, em específico, a partir do espaço virtual.

## **2.1. O corpo como dispositivo de atração e desejo...**

Estudar a exposição em aplicativos é um processo complexo, pois há diversas relações de subjetividade atravessadas nesses espaços. A preocupação é compreender o espaço virtualizado como algo capaz de produzir diferentes masculinidades e corporeidades, moldadas por um anseio de prazer, desejos e pelo espaço virtual.

Iniciaremos este item fazendo um resgate histórico do movimento LGBT<sup>7</sup>, tomando como marco a década de 1960, marcada pelas manifestações de Stonewall<sup>8</sup>, quando manifestantes LGBTs resolveram se impor contra as repressões policiais sofridas na época. Stonewall era um bar frequentado por gays, travestis e lésbicas, caracterizado por oportunizar que pessoas do mesmo sexo aproveitassem o espaço sem o receio de expressar suas afetividades.

Assim como outros bares, esse também era sujeito a batidas policiais devido à venda de bebidas alcólicas. No dia 28 de junho de 1969, após uma batida policial, todas as pessoas que estavam travestidas foram presas, gerando, assim, o início do movimento LGBT no mundo. A data simboliza o dia do movimento contra a opressão, tornando-se, em nível mundial, o dia do orgulho LGBT.

---

<sup>7</sup> LGBT refere a Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.

<sup>8</sup> As manifestações em Stonewall consistiram na resistência de frequentadores do bar gay à prisão. “A tropa de choque foi convocada, e o cenário virou uma praça de guerra, com confrontos violentos que duraram por seis dias. A revolta de Stonewall, como ficaram conhecidos os seis dias de confronto com a polícia, marcou o momento da virada do movimento pelos direitos homossexuais nos Estados Unidos e em todo o mundo”. Disponível em: <<http://www.umoutroolhar.com.br/2014/06/28-de-junho-revolta-de-stonewall-que.html>> Acesso em: 20/03/2018.

Segundo Miskolci (2014), é importante ressaltar que essa data é próxima da independência norte-americana (04 de julho), sendo o principal feriado dos Estados Unidos. Ainda, alguns anos depois, foi criada a bandeira com listras, simbolizando um arco-íris, inspirada na bandeira dos EUA, tornando-se um símbolo agregador da luta política.

Esse movimento, chamado por muitos de liberação sexual, constituiu-se como uma forma de libertação daquela população que vivia isolada, em segredo e oprimida (MISKOLCI, 2014). Viver no armário<sup>9</sup> está diretamente associado com o regime de visibilidade que cada sujeito administra, e estar nesse “espaço” tem as suas implicações e motivações, por vezes protetivas. Segundo Miskolci, na esfera da sexualidade,

[...] regime de visibilidade é uma noção que busca sintetizar a maneira como uma sociedade confere reconhecimento e torna visível certos arranjos amorosos, enquanto controla outras maneiras de se relacionar por meio de vigilância moral, da coibição de sua expressão pública, em suma, pela manutenção dessas outras formas amorosas e sexuais em relativa discrição ou invisibilidade (MISKOLCI, 2014, p. 62).

Compreendemos, então, que a visibilidade está atrelada a formas de controle do próprio corpo, da gestão do que é aceitável, segundo padrões impostos pela sociedade. Assim, “um regime de visibilidade é também um regime de conhecimento, pois o que é visível e reconhecido tende a estabelecer as fronteiras do pensável” (MISKOLCI, 2014, p. 62).

Atravessados por essas negociações de visibilidade/invisibilidade estão os espaços públicos e privados como espaços de pegação, definidos como aqueles em que os sujeitos conseguem expressar seus desejos e vontades por parceiros do mesmo sexo. Miskolci (2014, p. 65) aponta três marcos que propiciaram uma nova visibilidade homossexual no Brasil: 1. “a disseminação da internet comercial”; 2. “o início da distribuição gratuita do coquetel antirretroviral<sup>10</sup>” e 3. “a Parada do Orgulho paulistana”.

---

<sup>9</sup> Metáfora utilizada para identificar pessoas que lidam com a sua orientação sexual em segredo. Optamos por não utilizar aspas nas expressões viver/estar/sair do armário.

<sup>10</sup> Os medicamentos antirretrovirais surgiram na década de 1980, para impedir a multiplicação do vírus no organismo. Eles não matam o HIV, vírus causador da AIDS, mas ajudam a evitar o

Miskolci (2014) afirma, em sua incursão etnográfica em San Francisco, que a partir da emergência das mídias os espaços públicos foram se desterritorializando, criando novas redes relacionais de sociabilidade. O autor relata que os aplicativos em busca de parceiros agravaram a queda dos bares gays da cidade, pois, a partir da década de 1990, sujeitos que tinham receio de se expor a espaços públicos como esses tiveram maior gerência sobre seus desejos. Ou seja, os aplicativos proporcionavam relações com pessoas do mesmo sexo sem precisar frequentar locais para homossexuais. Para Miskolci,

A rede mundial de computadores permitiu a socialização em rede – de forma anônima e relativamente segura – para pessoas que temiam retaliações sociais afastando-as da solidão e permitindo o contato efetivo e modulado com eventuais parceiros e amigos (MISKOLCI, 2015, p. 67).

Portanto, o avanço tecnológico permitiu negociar a visibilidade e, em contrapartida, manter a hegemonia heterossexual na vida pública, preservando as relações entre parceiros do mesmo sexo. Conforme explica Miskolci (2014, p. 65), “é necessário sublinhar que a sociabilidade mediada passou a ser ainda mais moldada pelo mercado, suas mensagens e modelos comportamentais, pois as novas mídias são intrinsecamente comerciais”. Nesse sentido, foi criado um “padrão corpóreo gay” midiático, idealizando agora um gay, forte, ativo e másculo, distanciando-se daquela capa da revista *Veja* de 26 de abril de 1989 que estampou Cazuzo.

O cantor foi a primeira figura pública brasileira a ter sua condição de saúde (portador da AIDS) exposta por uma revista de circulação nacional. Segundo o observatório de mídia (2017), “o jornalista tem como função divulgar informações precisas e corretas para o público. Porém, às vezes, a divulgação de notícias não ocorre de forma ética”. Foi o que aconteceu com Cazuzo, pois a notícia era de interesse do público e não de interesse público, uma vez que a reportagem

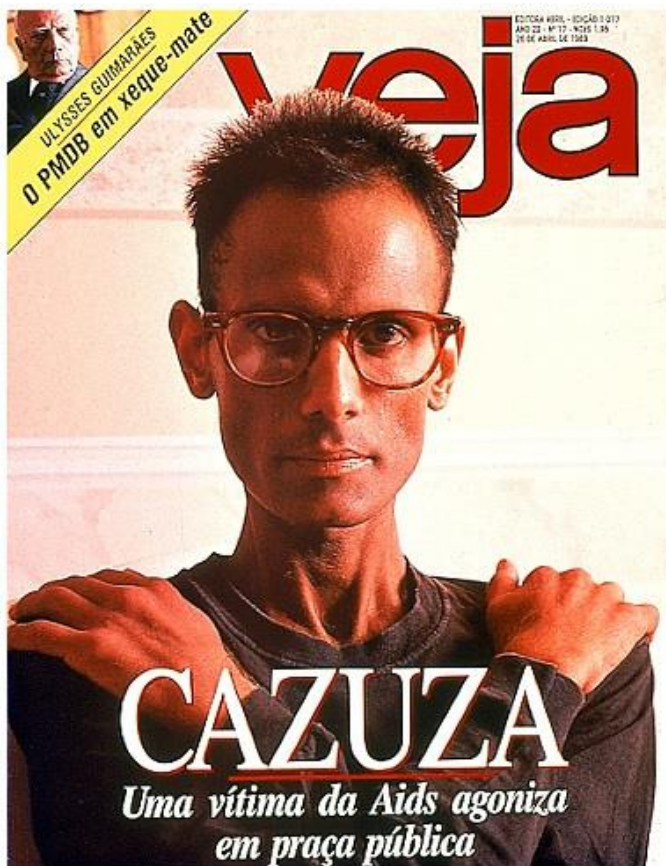
---

enfraquecimento do sistema imunológico. Por isso, seu uso é fundamental para aumentar o tempo e a qualidade de vida de quem tem AIDS. Desde 1996, o Brasil distribui gratuitamente pelo SUS (Sistema Único de Saúde) o coquetel antiaids para todos que necessitam do tratamento. Disponível em: < <http://giv.org.br/HIV-e-AIDS/Medicamentos/index.html> > Acesso em: 23/01/2018.

deixou de abordar fatos referentes à doença. De acordo com o observatório de mídia (2017),

Ao ler a matéria da revista, Cazuzza teve um ataque cardiorrespiratório e teve que ser hospitalizado. A jornalista responsável pela matéria pediu demissão uma semana depois do ocorrido e afirmou que o texto final foi alterado na redação, em São Paulo (RIBEIRO, 2017).<sup>11</sup>

**FIGURA 8:** Capa da Revista Veja de 26/04/1989.



Fonte: Blog Planeta Legião Urbana.<sup>12</sup>

Cabe ressaltar dois marcos importantes quando mencionamos a epidemia da AIDS e o corpo: em 1981, quando os primeiros casos sobre a doença foram notificados nos Estados Unidos, e em 1998, quando os coquetéis antirretrovirais começaram a ser disponibilizados como forma de tratamento à doença. O advento da AIDS foi um marcador importante sobre as formas de

<sup>11</sup> Análise da capa da Revista Veja de 1989, feita por Beatriz Ribeiro. Disponível em: < <https://medium.com/observat%C3%B3rio-de-m%C3%ADdia/quando-a-veja-matou-cazuzza-15933a4f909a>> Acesso em: 20/04/2018.

<sup>12</sup> Disponível em: < <http://planetalegiao.blogspot.com.br/2016/02/revista-veja-cazuzza.html>> Acesso em: 20/04/2018.

relacionamentos sexuais com parceiros do mesmo sexo na época, uma vez que a doença foi agregada única e exclusivamente aos homossexuais. A sociabilidade mudou, um padrão de corpo era associado aos gays, o magro, o esquelético, próximo de uma corporeidade cadavérica.

O corpo magro, associado à epidemia da AIDS, foi dando lugar a homens cada vez mais preocupados em buscar novas corporeidades para serem desejados e desprendidos da doença. Com a ascensão das mídias e o declínio dos espaços públicos de pegação, passamos a ter uma fase conhecida como geração saúde, resultado de um processo higienista. Ou seja, os homossexuais passaram a frequentar academias, a praticar esportes e a ter uma alimentação equilibrada para expor um corpo desejável nos aplicativos em busca de parceiros e para se distanciar do padrão corporal que configurava a doença.

Entretanto, a partir de 1998, Miskolci aponta que

a distribuição pública da terapia antirretroviral pouco a pouco modificou 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. Essas transformações, cujos efeitos foram progressivos e mais sensíveis já no século XXI, modificaram a compreensão social das homossexualidades e, também, as características segundo as quais elas mesmas passaram a se entender (MISKOLCI, 2015, p. 67).

A partir do autor, percebemos que o século XXI iniciaria com uma nova marca, pautada ainda pelo modelo higienista, porém com uma atenção voltada para a promoção da saúde e a prevenção de agravos. Ou seja, agora o foco era prevenir e o próprio modelo assistencial à saúde brasileira passou por diversas mudanças. Como afirma Greco (2016), “o medo sentido pela população era reforçado pelos profissionais de saúde que se recusavam a cuidar de pessoas vivendo com HIV/AIDS” (GRECO, 2016, p. 1554). Frente ao preconceito, ao medo e à discriminação, o Conselho de Federal de Medicina (CFM), a partir de sua resolução nº 1.359, reforçou que “é dever dos médicos atenderem pessoas em risco ou infecção pelo HIV/AIDS”. E outra resolução, de nº 1.665 de 2003, proíbe que médicos/as solicitem exames sorológicos sem prévia autorização do/a usuário/a.

Um fato importante é o de que os jovens dos anos 2000 não terão a dimensão da epidemia da AIDS, a perda frequente de amigos e o pânico que ela causou na comunidade LGTB nas décadas anteriores. A mudança das práticas sexuais nas décadas de 1980 e 1990 refletem até os dias de hoje, assim, vemos a adoção de estilos de vida com maior proteção. No entanto, o sexo seguro não é predominante, existem comunidades que ainda preferem manter suas práticas sem proteção. Conhecida como *Bareback*, a atividade sexual sem a utilização de preservativo vem ganhando adeptos/as no Brasil. Segundo Martins (2003),

a prática do sexo anal sem preservativos (*bareback sex*), “resgatada” nos anos 90 por uma parcela significativa da comunidade gay norte-americana, começou a ser propagada na Internet brasileira por um grupo de homossexuais e bissexuais masculinos que veem a prática intencional do sexo desprotegido como um direito de escolha na busca do prazer e da felicidade. Cabe esclarecer que a prática do sexo desprotegido (*unsafe sex*) não é exclusiva de Homens que fazem Sexo com Homens (HSH) [...] Para alguns, a participação nesses grupos é apenas um veículo para a satisfação de fantasias sexuais, enquanto para outros, torna-se uma possibilidade para o encontro “real” de parceiros que estejam interessados na prática intencional do sexo desprotegido (MARTINS, 2003).<sup>13</sup>

De acordo com dados do Boletim Epidemiológico de AIDS de 2016, de 1980 a junho de 2016, foram notificados 842.710 casos de AIDS no Brasil. Ainda, segundo dados do mesmo boletim, do início da epidemia de AIDS (1980) até dezembro de 2015, foram identificados 303.353 óbitos cuja causa básica foi a AIDS (CID10: B20 a B24), sendo a maioria na região Sudeste (60,3%), seguida das regiões Sul (17,5%), Nordeste (12,6%), Centro-Oeste (5,1%) e Norte (4,4%). Em 2015, a distribuição proporcional dos 12.298 óbitos foi de 42,8% no Sudeste, 21,1% no Nordeste, 20,1% no Sul, 9,5% no Norte e 6,5% no Centro-Oeste.

Os dados apontados são importantes para pensar as consequências de algumas práticas sexuais ao longo dos anos, que se constituem como elementos a se pensar na constituição e na produção do corpo. Jeffrey Weeks em “*O corpo e a Sexualidade*” estabeleceu conexões entre doença *versus* corpo e sexo. Ele aponta que a relação da AIDS com o sexo sempre esteve estreitamente ligada,

---

<sup>13</sup> Disponível em < [http://agenciaaids.com.br/home/artigos/volta\\_item/28](http://agenciaaids.com.br/home/artigos/volta_item/28)> Acesso em 20/11/2017.

uma vez que a doença era apresentada por algumas pessoas como “[...] um efeito necessário do excesso sexual, como se os limites do corpo tivessem sido testados e não tivessem passado no teste da ‘perversidade sexual’” (WEEKS, 2001, p. 37).

O autor supõe que as implicações da AIDS são efeitos de uma advertência à revolução sexual e que as práticas em excesso seriam as causadoras de toda a epidemia que se consolidou na época. Para Weeks, “a sexualidade tem tanto a ver com as nossas crenças, ideologias e imaginações quanto com o corpo físico” (WEEKS, 2001, p. 38).

Da doença à geração saúde, passamos por um período de experimentação do corpo, colocando-o a prova de técnicas cada vez mais arriscadas à procura de um modelo ideal. A busca por este vai de dietas rigorosas a uso de medicamentos que visam o corpo exposto nas grandes mídias como sendo o padrão. Para Miskolci (2006), “há cerca de dois séculos vivemos um processo de contínuo disciplinamento e normalização dos corpos” (p. 682).

O culto ao corpo está cada vez mais presente na contemporaneidade, a mídia tem o seu papel de difusora, principalmente a partir do aprimoramento da internet. Para Miskolci (2006), “o culto ao corpo levou ao incremento de um individualismo perverso, no qual cada um se torna o responsável pelo que é de forma que sua condição física é diretamente atribuída à sua capacidade de autodisciplina” (p. 682). Ao longo da história sempre foram demarcados padrões de corpos e, conseqüentemente, de masculinidades. Os filmes sempre colocam os guerreiros e lutadores como padrões de corpos idealizados e como masculinidades hegemônicas a serem seguidas. Para Miskolci (2006),

somente aqueles que se submetem aos ideais hegemônicos podem querer incorporá-los no sentido mais literal, ou seja, por meio de todas as técnicas, exercícios e drogas que objetivam adequar suas formas corporais ao modelo socialmente imposto de masculinidade (MISKOLCI, 2006, p. 684).

Isso significa que a busca pelo corpo da mídia é possível, pelo disciplinamento e uso de outros elementos que nos são caros à vida moderna e nem todos/as conseguem. Para Miskolci (2006), para “o processo de



assujeitamento psíquico-corporal a palavra-chave é adequação. Fazer parte de um grupo ideal é o principal objetivo dos praticantes de musculação, dos consumidores de anabolizantes e hormônios diversos (p. 684). Assim, quem não possuir um corpo trincado, bronzeado e em forma é tido como alguém fracassado.

O corpo gordo, segundo os padrões, é tido como inadequado e o sujeito com tal característica é excluído desses grupos sociais. Para Miskolci (2006), “gera subjetividades autodestrutivas em sua busca de adequação a qualquer custo. Em alguns casos, o medo da rejeição supera até mesmo o desejo de sobreviver” (p. 685). Então, a procura por procedimentos médicos como cirurgias plásticas é vista como um meio para conseguir um corpo ideal e assim superar as fronteiras da ordem social. Para Miskolci (2006), “a busca da felicidade por meios voltados à adequação corporal baseia-se em uma dicotomia de exclusão e inclusão” (p. 685). Ou seja, a felicidade está diretamente ligada ao corpo ideal e a inclusão seria ultrapassar a barreira do feio e disforme. Para o autor,

o que se associa culturalmente à gordura em nossos dias é o estigma da indolência, da incapacidade para o trabalho e até mesmo da exposição ao risco de doenças fatais. Um corpo “saudável” tem de ser esbelto, pois a magreza (no ponto certo) é vista como prova de disciplina corporal e alimentar, de uma mente ativa e sob controle, enquanto o gordo é visto como um compulsivo, um descontrolado, ou seja, alguém ameaçado por uma versão contemporânea da loucura (MISKOLCI, 2006, p. 687).

As imposições ao corpo ideal nos remete à música *sou como sou*<sup>14</sup>, da cantora Preta Gil, na qual ela relata os padrões impostos pela sociedade. *Tem que ser branco, tem que ser alto, tem que ser magro, tem que ter saldo no banco. Tem que ser sábio, tem que ser hétero, tem que ter cabelo, e tem que ter carro do ano. Tem que ser bilíngue, tem que ser beautiful, tem que ser formado, e tem que ter cartão de crédito. Tem que ser malhado, tem que ser católico, tem que ser bem-dotado, e nada de cabelo branco.*

É por meio disso que a indústria do corpo lucra bilhões ao ano, com procedimentos estéticos e na ilusão de vender a felicidade. Perfis no site da rede

---

<sup>14</sup> Música *Sou como sou* – Preta Gil. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/preta-gil/sou-como-sou.html> Acesso em: 25/04/2018.

social Instagram são usados para comercializar o “bem-estar”. O mercado *fitness* tem crescido nos últimos anos, resultado de um movimento combinatório entre as mídias. Os “digital *influencers*”, ou no português *influenciadores digitais*, são pessoas que usam suas mídias para influenciar comportamentos e vender produtos. Desse modo, impõem padrões nas diversas redes em que os mais variados públicos estão.

Com isso, o corpo carrega diversas condições de regulações impostas, seguindo um padrão corpóreo. Ele é repleto de significados construídos socialmente e, portanto, as corporeidades são representações de “expressão máxima do privado (o corpo consigo mesmo) quanto representação unitária do público (a necessidade de inserção público-social)” (COSTA, 2017, p. 357). Nesse sentido, buscamos compreender o corpo e o espaço a partir de uma de uma relação diacrônica que, para Costa (2017), é definida como

[...]relações descontínuas dos fenômenos que se espacializam, como formas de espacialização descontínuas, porém, contíguas, ou produções espaciais de certas ordens que se reproduzem em descontinuidades espaço-temporais (COSTA, 2017, p. 350).

A constituição do espaço “privilegia determinados corpos” (COSTA, 2017, p. 360) produzindo uma certa hegemonia de materialidades de usos e fazeres. Para Rose (1993), o espaço é constituído paradoxalmente por representações de corpos idealizadores de poder e de corpos conflitantes que se confrontam a partir de uma escala hierárquica sobre os privilégios espaciais. Segundo Costa (2017),

[...] a força discursiva e ideológica, marcadamente tendenciosa privilegiando determinados segmentos, produz configurações materiais hegemônicas que marginalizam certos corpos, os quais produzem outras espacialidades que contornam as interdições primeiras, em um constante movimento de “desespacialização” e “reespacialização”. No entanto, em relação à ideia de um espaço que se constitui como hegemônico pelos privilégios dados historicamente a certos corpos e à ideia da constituição de outros espaços gerados pela marginalização da configuração inicial, há a concepção do espaço que se constitui essencialmente pelas disputas, pelos jogos de influência e interdições, pelo conflito entre os diferentes e pela dinâmica das disputas de influência e poder espacial (COSTA, 2017, p. 362).

Nesse sentido, as práticas discursivas produzem uma normatividade, ou seja, o “sexo” como um regulador dos corpos, o que Foucault (1987) chama de “ideal regulatório”. Butler (2001) aponta, em *Os corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”*, que

o “sexo” não apenas funciona como uma norma, mas é parte de uma prática regulatória que produz os corpos que governa, isto é, toda força regulatória manifesta-se como uma espécie de poder produtivo, o poder de produzir – demarcar, circular, diferenciar – os corpos que ela controla [...] o “sexo” é um construto ideal que é forçosamente materializado através do tempo. Ele não é um simples fato ou a condição estática de um corpo, mas um processo pelo qual as normas regulatórias materializam o “sexo” e produzem essa materialização através de uma reiteração forçada destas normas (BUTLER, 2001, p. 153-154).

Segundo a autora, os corpos são discursivamente produzidos e constituídos. Ela ainda afirma que existem aparatos regulatórios heterossexuais que regulam o “sexo” e “trabalham de uma forma performativa para constituir a materialidade dos corpos e, mais especificamente, para materializar o sexo do corpo, para materializar a diferença sexual a serviço da consolidação do imperativo heterossexual” (BUTLER, 2001, p. 154). E complementa dizendo que o “sexo” não pode ser visto como aquilo que alguém é, como sendo algo estático, ele é um dos reguladores pelo qual o corpo se qualifica (BUTLER, 2001).

Segundo Solana *et al.* (2016), esse corpo precisa ser compreendido para entender as relações interpessoais e os espaços físicos. Essa relação entre corpo e espaço nos remete a um sujeito moldado pelos atravessamentos da sociedade. “As pessoas comunicam suas identidades através do corpo e podem ser negociadas de diferentes maneiras e agindo de práticas particulares como a linguagem do corpo e outras marcas corporais” (SOLANA *et al.*, 2016, p. 166. Tradução nossa).

Para Novaes (2003, p. 9), “o corpo humano só é corpo na medida em que traz em si mesmo o inacabado, isto é, promessa permanente de autocriação [...]”. O controle que a sociedade exerce sobre os sujeitos torna esses corpos dóceis, à medida que são regulados por um conjunto de técnicas, que Foucault chamará de Poder Disciplinar: “É dócil um corpo que pode ser submetido, que

pode ser utilizado, que pode ser transformado e aperfeiçoado” (FOUCAULT, 1987, p. 118). Ainda segundo Foucault,

aprender a comportar-se, movimentar-se, ser preciso e ter ritmo. Gestos são fabricados, e sentimentos são produzidos. Este adestramento é resultado da aplicação de técnicas positivas de sujeição baseadas em saberes pedagógicos, médicos, sociológicos, físicos etc. O corpo torna-se útil e eficiente, mas ao mesmo tempo torna-se dócil e submisso: o corpo só se torna força útil se é ao mesmo tempo corpo produtivo e corpo submisso (FOUCAULT, 1987, p. 28)

Para o autor, a disciplina torna o corpo mais dócil e eficiente. A partir de um conjunto de tecnologias de regulação, vigilância e controle, o corpo é moldado com vistas na aceitação da sociedade. Com isso, o poder disciplinar propicia sempre um exercício no próprio corpo. As regras aqui impostas pela disciplina docilizam os corpos, cabendo-os apenas cumprir aquilo que está posto. Para Foucault (1987), o corpo tem um papel a ser seguido, imposto e condicionado, não fazemos o que queremos com ele enquanto matéria, mas sim executa-se representações a partir das normas de controle e submissão. Mendes (2006) explica que

as tecnologias e seus possíveis conjuntos de técnicas são organizados com base em prática de relações de poder-saber. Os processos de subjetivação, por meio de relações poder-saber, como descritas e analisadas por Foucault, atuam sobre o corpo do indivíduo por meio de técnicas e tecnologias. Poder-se-ia falar em disciplinamento e governo do corpo (MENDES, 2006. p. 170).

As instituições, como a igreja, a escola, as fábricas, são dispositivos de regulação dos corpos, mais do que isso, são “tecnologias disciplinares” que se debruçam sobre e nos corpos para buscar uma eficiência a partir de um modelo capitalista. Mendes (2006) ressalta que “na biopolítica, o corpo do sujeito, além de ainda continuar a sofrer a ação de técnicas disciplinares, é estimulado a falar de si mesmo para mais bem se governar ou ser governado” (MENDES, 2006, p. 173).

Foucault (2000) assinala o silêncio e a confissão como duas técnicas capazes de controlar os corpos dos sujeitos pela religião. Era proibido falar nos espaços religiosos, uma vez que isso seria pecado, portanto, “o silêncio passou

a ser central para a hermenêutica de si” (MENDES, 2006, p. 174). Já a confissão era um mecanismo pelo qual religiosos conseguiam regular os pecados da carne em detrimento do silêncio de quem se confessava, sendo essa uma das técnicas mais importantes de poder disciplinar para Foucault. O processo de autoconhecimento, a partir da confissão, coloca em jogo a resistência ao controle.

Retomando o título inicial “*O corpo como dispositivo de atração e desejo*”, trazemos o corpo nas mídias, compreendendo que ele também é construído, por vezes produzido pelas mídias, mas carregado de significados e representações. As mudanças dos padrões corporais nesses espaços foram se alterando a partir dos modelos de masculinidades.

Vitelli (2012) afirma que essas representações vinculadas nas mídias apontam para um modelo de corpo, o qual devemos seguir, estabelecendo a forma como devemos agir, cuidar e se comportar para moldar medidas de beleza ideais. No universo virtual dos aplicativos em busca de parceiros, percebemos que os corpos expostos dentro de catálogos ou vitrines virtuais são objetos de desejo. Os sujeitos são impulsionados por um modelo padrão de corpo, o qual valoriza o macho, discreto e fora do meio<sup>15</sup>, polarizando uma formação corpórea, entre ativos e passivos ou, ainda, entre gays masculinos e femininos.

O modelo ideal de corpo é mostrado frequentemente nas mídias, como algo desejável, como um “objeto de consumo” (BAUMAN, 2008). Se aproximar desse corpo almejado é também se sentir desejado. O universo virtual é perverso, ele impõe regras e dispositivos de regulação para a permanência nesses espaços de sociabilidade. É comum ver nos aplicativos de busca de parceiros fotos expondo um corpo malhado, fruto de intensos exercícios e esforços, talvez apontando uma suposta virilidade, tentando se distanciar e destacar de outros corpos que ali se encontram, e assim ser o perfil mais desejado. Para Costa (2011),

o desejo, a ação e o corpo se produzem na situação da interação. Diferentes eventos são produzidos por diferentes sujeitos em busca de afetividade e de sexo. A composição da situação é a localização dos diferentes feixes desejantes dos

---

<sup>15</sup> Fora do meio refere-se a sujeitos que não circulam por espaços de sociabilidade homossexual.

diferentes sujeitos que operacionalizam identificações sobre si mesmos e outros, compondo uma situação coletiva (COSTA, 2011, p. 338).

Certamente, ao mostrar esse corpo descoberto de roupas, o sujeito mostra um comportamento de gerência sobre o corpo, indicando uma maior responsabilidade com o seu bem-estar. Assim, ele aparenta estar disposto a ter o corpo da moda.

Segundo Vitelli (2012), talvez apenas os músculos definidos não sejam os componentes principais do corpo nas mídias. Para o autor, outra característica vem sendo imposta e adotada ao longo dos anos para “protagonizar o corpo masculino”: A preocupação com a aparência é apontada pelo autor como soma a esses músculos, ou seja, o modelo ideal não seria apenas o homem malhado, mas sim aquele preocupado com o corte do cabelo e em fazer as unhas e as sobrancelhas, ou seja, uma “harmonia entre delicadeza e elegância” (VITELLI, 2012, p. 361). Surge, assim, a imagem do masculino *Metrossexual*, o homem preocupado com a imagem. Para Vitelli (2012), nesse contexto, surgem novos modelos de masculinidades:

[...] os metrossexuais podem ter reforçado a legitimação de um novo formato de masculinidade, defendendo uma maneira de viver outra possibilidade de “ser homem” nos dias de hoje. Eles tornaram visível ao senso comum que os corpos dos homens e as formas de masculinidades são muitas e podem ser consumidos/as e construídos/as em várias situações e lugares, desde as cenas mais prosaicas de novelas, filmes, *outdoors*, e que se estendem a uma cotidianidade vivida em várias instâncias: nas academias, nas escolas, nos clubes, nas famílias, as quais autorizam socialmente um tipo de reconhecimento e valorização (VITELLI, 2012, p. 360).

Vitelli (2012) traça as mudanças dos corpos desde os metrossexuais: o “*Uberssexual*”, um padrão de homem que seria uma evolução do metrossexual, não tão vaidoso, mas que cuida da aparência, seria um homem mais viril. O *Ladlut*, um homem que participa dos cuidados domésticos, da educação dos filhos, que é companheiro e participativo no âmbito familiar. O *Neossexual* seria uma mescla entre o Uberssexual e a feminilidade, “um homem viril e educado, mas com grande sensibilidade” (p. 362). O *Tecnossexual*, “um homem cuidadoso com a aparência, mas sem exageros, no entanto, conhecedor e admirador das

tecnologias vigentes” (p. 362). E, por fim, o *Retrossexual*, o homem macho, o típico modelo patriarcal. Essas tipificações mostram diferentes formas de se exercerem as masculinidades, as quais apontaremos no item a seguir.

## 2.2. (In)visibilidades negociáveis: masculinidades plurais

Optamos por pensar as masculinidades a partir de regimes de visibilidades/invisibilidades, construídas e moldadas a partir de regulações e interesses específicos de homens que buscam parceiros do mesmo sexo. Adotamos o conceito de gênero da autora Judith Butler (2008), compreendendo-o como algo fluido, socialmente construído e performado, acreditando que ele se adequa aos sujeitos que produzem as distintas masculinidades.

É interessante, neste primeiro momento, refletir sobre o que constitui o ser homem e quais atributos este deve possuir para ser aceito a partir dos limites impostos pela sociedade. Os marcos reguladores de Foucault, já discutidos anteriormente, nos fazem pensar num conjunto de técnicas que moldam os sujeitos para além dos desejos e das atrações.

Pensar o gênero em Butler (2008) como uma categoria de análise das masculinidades é fundamental para compreender suas produções, uma vez que estamos sustentando o pensamento a partir da Teoria *Queer*.<sup>16</sup> Ressaltamos que essa teoria se consolida com a publicação do livro *Gender Trouble* “Problemas de Gênero”, de Butler, na década de 1990, motivada a partir de um seminário que ela participou na década de 1980 sobre o *Queer* por Teresa de Lauretis.<sup>17</sup> Segundo Lauretis (1994),

---

<sup>16</sup> *Queer* é uma palavra inglesa, usada por anglófonos há quase 400 anos. Na Inglaterra havia até uma “*Queer Street*”, onde viviam, em Londres, os vagabundos, os endividados, as prostitutas e todos os tipos de perversos e devassos que aquela sociedade poderia permitir. O termo ganhou o sentido de “viadinho, sapatão, mariconha, mari-macho” com a prisão de Oscar Wilde, o primeiro ilustre a ser chamado de “*queer*”. Desde então, o termo passou a ser usado como ofensa, tanto para homossexuais, quanto para travestis, transexuais e todas as pessoas que desviavam da norma cis-heterossexual. *Queer* era o termo para os “desviantes”. Não há em português um sinônimo claro, talvez, como propõe a professora Berenice Bento, possamos pensar o *queer* como “transviado”. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/osentendidos/2015/06/07/teoria-queer-o-que-e-isso-tensoes-entre-vivencias-e-universidade/>> Acesso em: 15/10/2017.

<sup>17</sup> Teresa de Lauretis foi quem escreveu *Tecnologias de Gênero*, a primeira a pensar o *Queer*.

nos escritos feministas e nas práticas culturais dos anos 60 e 70, o conceito de gênero como diferença sexual encontrava-se no centro da crítica da representação, da releitura de imagens e narrativas culturais, do questionamento de teorias de subjetividade e textualidade, de leitura, escrita e audiência. O conceito de gênero como diferença sexual tem servido de base e sustentação para as intervenções feministas na arena do conhecimento formal e abstrato, nas epistemologias e campos cognitivos definidos pelas ciências físicas e sócias e pelas ciências humanas ou humanidades (LAURETIS, 1994, p. 206).

A pretensão de trazer os estudos *Queer* neste primeiro momento não é, de forma alguma, a de querer condicionar e aprisionar a escrita, até porque a Teoria *Queer* não pretende colocar em caixas as nossas manifestações, mas sim libertar para um pensamento crítico e desprendido do essencialismo. Assim, entendemos que o gênero, para Butler (2008), não se limita a uma verdade biológica, mas sim se trata de como os sujeitos desejam expressá-lo e performatizá-lo, a partir de seus desejos e vontades.

Assim, a questão de gênero vai muito além do que a sociedade espera, existindo uma tensão entre o que se deve ser e o que realmente o sujeito quer ser. Lauretis (1994) faz quatro proposições acerca do gênero, sendo elas:

(1) Gênero é (uma) representação – o que não significa que não tenha implicações concretas ou reais, tanto sociais quanto subjetivas, na vida material das pessoas. (2) A representação do gênero é a sua construção – e num sentido mais comum pode-se dizer que toda a arte e cultura erudita ocidental são um registro da história dessa construção. (3) A construção do gênero vem se efetuando hoje no mesmo ritmo de tempos passados, como da era vitoriana, por exemplo. E ela continua a ocorrer não só onde se espera que aconteça – na mídia, nas escolas públicas e particulares, nos tribunais, na família nuclear, extensa ou monoparental [...] (4) Paradoxalmente, portanto, a construção do gênero também se faz por meio de sua desconstrução, quer dizer, em qualquer discurso, feminista ou não, que veja o gênero como apenas uma representação ideológica falsa. O gênero, como o real, é não apenas o efeito da representação, mas também o seu excesso, aquilo que permanece fora do discurso [...] (LAURETIS, 1994, 209).

Em Butler (2008), “o gênero não deve ser meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado [...]” (BUTLER, 2008, p. 25). A autora afirma que é preciso “[...] designar também o aparato



mesmo de produção mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos” (p. 25).

De acordo com Butler (2014), “[...] o gênero é apenas parte de uma operação reguladora de poder mais ampla” (BUTLER, 2014, p. 252). Em *Regulações de Gênero*, a autora toma como regulação, o conjunto de regras, políticas e leis que determinam e condicionam a normalidade dos sujeitos. E faz duas advertências às pesquisas foucaultianas sobre essa regulação e sujeição:

(1) o poder regulador não age apenas sobre um sujeito pré-existente, mas também delimita e forma esse sujeito; além disso, toda forma jurídica de poder possui efeito de produção; e (2) tornar-se sujeito de uma regulação equivale a ser assujeitado por ela, ou seja, tornar-se sujeito precisamente porque foi regulado. O segundo ponto decorre do primeiro porque os discursos regulatórios que conformam o sujeito do gênero são precisamente aqueles que requerem e induzem o sujeito em questão (BUTLER, 2014, p. 252).

Em Butler (2014), percebemos a crítica ao binarismo “masculino e feminino”. A autora afirma que a matriz binária é contingente e que regular o gênero a partir disso é manter o padrão normativo. Para tanto, ela ressalta: “dizer que gênero é uma norma não é exatamente o mesmo que dizer que existem visões normativas de feminilidade e masculinidade” (BUTLER, 2014, p. 253). E continua expondo sobre o seu entendimento de gênero:

Gênero não é exatamente o que alguém “é” nem é precisamente o que alguém “tem”. Gênero é um aparato pelo qual a produção e a normalização do masculino e do feminino se manifestam junto com as formas intersticiais, hormonais, cromossômicas, físicas e performativas que o gênero assume. [...] Gênero é o mecanismo pelo qual as noções de masculino e feminino são produzidas e naturalizadas, mas gênero pode muito bem ser o aparato através do qual esses termos podem ser desconstruídos e desnaturalizados (BUTLER, 2014, p. 253).

É a partir de Butler (2014) que pensamos as masculinidades como sendo produto de uma performatividade de gênero. Já que para a autora “manter o termo ‘gênero’ em separado de masculinidade e feminidade é salvaguardar uma perspectiva teórica que permite analisar como o binarismo masculino e feminino esgotou o campo semântico de gênero” (BUTLER, 2014, p. 254). Nesse sentido,

os aprofundamentos teóricos sobre masculinidades daqui para frente não pretendem seguir a hegemonia da ordem binária.

Fazendo um resgate histórico das masculinidades, no plural, por compreender que existem múltiplas e diversas, Conell (1995) em *Políticas de Masculinidades* aponta que “há uma consciência gradualmente crescente sobre a possibilidade de mudança nas relações de gênero. Essa consciência surgiu nos Movimentos de Liberação das Mulheres, de Liberação dos Gays e de Liberação dos Homens, nos anos 70” (CONNELL, 1995, p. 186). Dissertando que, na década de 70, ou a partir dela, criticava-se a “noção de papel masculino”, pois a maioria dos críticos acreditava que a masculinidade estava passando por uma crise a partir desses movimentos (CONNELL, 1995).

Conell afirma que “o gênero dos homens era compreendido, nos trabalhos em língua inglesa, como o “papel do sexo masculino”. Isso significava, essencialmente, um conjunto de atitudes e expectativas que definiam a masculinidade apropriada” (CONNELL, 1995, p. 187). No entanto, para Conell, o conceito de “papel masculino” possui suas fragilidades, uma vez que, devido à obscuridade, não permite perceber as diferentes masculinidades (CONNELL, 1995).

Conell, por sua vez, faz uma definição breve sobre masculinidades, entendendo-as como “uma configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero. Existe, normalmente, mais de uma configuração desse tipo em qualquer ordem de gênero de uma sociedade” (CONNELL, 1995, p. 188).

Nesse sentido, Conell aponta que a “configuração de prática” é dar sentido àquilo que as pessoas realmente fazem e não o que é esperado que elas façam. Para o autor, “pensava-se uma vez que o gênero podia ser definido como um tipo especial de prática, por exemplo, como “reprodução” e não como “produção” social. Mas as masculinidades são construídas também na esfera da “produção” (CONNELL, 1995, p. 198). Segundo o mesmo autor, as masculinidades têm a ver com as práticas e com o meio social, existindo tensões nas formas como se deve agir e andar, ou seja, um conjunto de “regulações”. Segundo Conell (1995), é importante destacar dois pontos para pensar a complexidade das masculinidades,

Em primeiro lugar, diferentes masculinidades são produzidas no mesmo contexto social; as relações de gênero incluem relações entre homens, relações de dominação, marginalização e cumplicidade. Uma determinada forma hegemônica de masculinidade tem outras masculinidades agrupadas em torno dela. Em segundo lugar, qualquer forma particular de masculinidade é, ela própria, internamente complexa e até mesmo contraditória. Devemos essa compreensão especialmente a Freud, que enfatizava a presença da feminilidade dentro da personalidade dos homens e da masculinidade dentro da personalidade das mulheres e que analisou os processos de repressão pelos quais essas contradições são tratadas. Mas ela surge igualmente em outros contextos (CONNELL, 1995, p. 189).

Assim, destaca-se que, ao longo da construção do “ser homem”, os sujeitos são atravessados por uma série de códigos e condutas, ainda no âmbito familiar, que devem ser seguidas. Essas interpelações se dão como forma de distanciamento do “ser mulher” e, assim, afasta-se de uma feminilidade, o que, num primeiro momento, seria compreendida como opostos. Ou seja, a constituição da masculinidade perpassa para além dos desejos e das vontades, ela é produzida e construída a partir de determinadas sociedades e de um dado momento histórico. Conell (1995) salienta que,

se as masculinidades são construídas através dessas formas, elas são também constantemente re-construídas. As masculinidades estão constantemente mudando na história. Obviamente, podemos não vivenciá-las como tais; a ideologia popular freqüentemente representa o gênero como aquilo que não muda: o estável e “natural” padrão que subsiste sob o fluxo geral. O padrão agora frequentemente chamado de “masculinidade tradicional”, e vinculado à “família tradicional”, é, na verdade, uma forma de gênero historicamente recente, um produto claro do mundo moderno (CONNELL, 1995, p. 191).

Dizer que existe um padrão é presumir que existem masculinidades hegemônicas e masculinidades subordinadas, entendendo elas como práticas e identidades, por vezes dinâmicas. Segundo Conell e Messerschmidt,

o conceito de masculinidade é criticado por ter sido enquadrado no seio de uma concepção heteronormativa de gênero que essencializa a diferença macho-fêmea e ignora a diferença e a exclusão dentro das categorias de gênero. Ao conceito de masculinidade é atribuído o fato de esse permanecer logicamente numa dicotomização do sexo (biológico) versus

gênero (cultural), dessa forma marginalizando ou naturalizando o corpo (CONNELL e MESSERSCHMIDT, 2013, p. 250).

Os movimentos feministas atrelados ao movimento gay dos anos 1970 fomentam as discussões sobre as masculinidades. Quadrado (2012, p. 43) afirma que, “a partir desses movimentos, as políticas identitárias masculinas começaram a ser problematizadas, adotando-se o entendimento de que a dominação masculina se dava, também, sobre os homens, e não apenas sobre as mulheres”. A lógica de dominação tenciona relações de poder. “As masculinidades constituem posições de sujeito, possíveis de serem ocupadas em determinado contexto cultural e histórico, instituídas em relações assimétricas de poder” (QUADRADO, 2012, p. 44). As masculinidades são produzidas (moldadas) a partir do espaço que as constituem, seja a escola, seja a residência, seja a igreja (como religião). Sob a visão da mesma autora,

cada sujeito produz sua masculinidade a partir das tensões, fraturas e assujeitamentos que se dão entre o modelo de masculinidade considerado hegemônico no sistema de relações de gênero no qual se encontra imerso e as diversas outras formas de masculinidade com as quais se confronta (QUADRADO, 2012, p. 45).

A partir da autora podemos entender que as relações mediadas pela internet, em específico nos aplicativos de busca por parceiros, reforçam e produzem distintas masculinidades. Uma masculinidade hegemônica é visível nesses espaços virtualizados, inclusive nas descrições de perfis masculinos homossexuais. Quadrado (2012) enfatiza que as mídias reforçam modelos de masculinidades, compreendendo que estes são atravessados por valores e códigos de condutas específicas. Para Seffner (2003),

parte das modificações na representação de masculinidade hegemônica ocorre pela ação de grupos de homens que se indagam sobre sua identidade cultural e psíquica e seus modos de vida, e propõem alternativas práticas de modificações do cotidiano, acompanhadas de trabalhos de reflexão. Parte importante do que em geral está designado como crise da masculinidade é em verdade uma crise na ordem de gênero, uma crise das relações de gênero, que passam por acentuada modificação nas últimas décadas. Visto por esta ótica, o questionamento da masculinidade hegemônica só pode ser entendido dentro duma perspectiva de transformações mais

gerais das relações de gênero, e não como uma crise particular das masculinidades (SEFFNER, 2003, p. 121 – 122).

A partir de Conell (1995) são elencados quatro grupos de masculinidades, “todas com base estrutural nas relações de gênero” (p. 194). Sendo elas: 1. “Terapia da masculinidade”; 2. “O lobby das armas”; 3. “A liberação gay”; 4. “Política de saída ou política transformativa” (CONELL, 1995, p.194). E ainda afirma: “todas as formas de política da masculinidade envolvem uma relação com o feminismo. Quer essa seja uma relação de rejeição, ou de coexistência cautelosa ou ainda de apoio caloroso, esse é o centro emocional dos debates atuais” (CONELL, 1995, p. 196).

Parafrazeando Conell (1995), o primeiro grupo diz respeito às masculinidades que mais se aproximam dos atributos já existentes, são aquelas que estão ligadas à força, à capacidade, ao físico, à coragem. O Segundo grupo será aquilo que os homens “realmente são”, sendo “a política que exalta o poder dos homens, e segue, de forma explícita, uma pauta política antifeminista” (CONELL, 1995, 194).

O terceiro ponto apontado pelo autor seria a política voltada à normatividade, à regulação dos papéis sexuais e de gênero, um conjunto de características que padroniza e define o papel masculino. E, por último, o quarto grupo, que é caracterizado por aquilo que Conell aponta como sendo papel de homem e papel de mulher, a partir de uma divisão sexista. O autor visa, assim, afirmar os papéis dos homens, escapando de uma identidade de gênero e não as assegurando.

Corroborando com a discussão sobre as masculinidades, Silva (2012) tece que,

as vivências masculinas concretas são múltiplas e são indissociáveis das feminilidades. Há homens responsáveis pelos trabalhos domésticos, os que lutam pelo direito de cuidar dos filhos nos processos de separação, desempregados, gays, negros e muitos outros que não podem ser simplesmente classificados num papel universal de dominação em um modelo binário e linear de poder que produz a simplificação entre homem repressor / mulher subordinada (SILVA *et. al.*, 2012, p. 137-138).

Diante do exposto, Silva (2012) nos coloca a pensar sobre a construção das masculinidades no campo da Geografia, que emerge a partir dos Estudos de Gênero na década de 1980, o qual foi denominado de Geografias Feministas. A autora propõe uma reflexão acerca do conceito de masculinidade, entendendo como constituinte do campo do gênero. Uma vez que aponta existirem diversas feminilidades, seria incoerente negar que existem a multiplicidade de masculinidades. Segundo Silva,

[...] é cabível que existam muitas masculinidades e não apenas a masculinidade do perfil hegemônico do homem branco, heterossexual, abastado e cristão. As diversas formas de vivência das masculinidades implica considerar a pluralidade de relações que homens estabelecem através das espacialidades (SILVA *et. al.*, 2012, p. 142).

Silva nos coloca a pensar na subversão da ordem de um padrão normativo, a partir da “dissociação da relação direta entre sexo e gênero”, pensando que os sujeitos podem expressar seu gênero de forma isolada do sexo. Com isso, “é possível viver masculinidades em corpos considerados femininos e/ou viver feminilidades em corpos considerados masculinos” (SILVA *et. al.*, 2012, p. 143).

Ainda que os estudos do espaço e as masculinidades sejam incipientes na Geografia, como apontam Almeida e Ornat (2014), é importante a discussão na área, uma vez que já é “consolidada na produção geográfica anglofona” (SILVA & ORNAT, 2011). Pelo caráter inicial, “os estudos sobre múltiplas masculinidades constituem-se enquanto um desafio à Geografia Brasileira” (ALMEIDA & ORNAT, 2014, p. 143). Costa (2011) vai ao encontro do pensamento de Almeida e Ornat (2014) quanto ao fazer geográfico, afirmando:

O que queremos argumentar é que as situações de interação é que conduzem à expressão diferenciada dos sujeitos quanto às suas identificações estéticas e de gênero, e isto é estabelecido como um acordo tácito entre performances de diferentes sujeitos em situação de interação. Isso é de fundamental teor geográfico, mas de uma geografia que deve se complexificar por análises situacionais de diferentes grupos focais (COSTA, 2011, p. 339).

O autor instiga a pensar a complexidade dos estudos sobre gênero para além do que já está dado, pensando a partir de uma Geografia “mais plural” com

visões e entendimentos diversos. A Geografia, enquanto ciência, também deve se preocupar com as relações socioespaciais dos gêneros, compreendendo, a partir dos diferentes lugares, territórios, espaços que os sujeitos se encontram na relação espaçotemporal. Problematizar a pensar as masculinidades ainda se constituem como um saber geográfico em construção, visto que são poucos os/as geógrafos/as que estudam tal temática.

Muito além de espacializar as masculinidades, este capítulo se propôs a trazer diferentes visões, tanto na constituição dos corpos, quanto na produção das masculinidades. A partir das imersões e leituras já feitas, notamos que não é possível dissociar a produção/constituição do corpo com as masculinidades produzidas nos perfis de homens que buscam parceiros do mesmo sexo.

### 3. SOCIOESPACIALIDADES POSSÍVEIS DE HOMENS QUE BUSCAM PARCEIROS DO MESMO SEXO

*Os territórios homoeróticos representam a apropriação de partes do espaço urbano no qual tais sujeitos podem exercer práticas homoafetivas. Essas territorializações se relacionam a produção de representações sociais que definiram, no processo histórico, as origens do desvio social. Essas representações são cambiantes na história das significações dos desejos homoeróticos e, por isso, acabam produzindo configurações territoriais também cambiantes, nos seus processos e formas. (COSTA, 2010, p. 22).*

Este capítulo tem por objetivo discutir as possibilidades de territorialialidades de homens que buscam parceiros do mesmo sexo, denominando de off-line os espaços de pegação onde a procura se dá nos territórios físicos e de on-line os espaços virtuais. Entendemos que trabalhar com esse jogo de palavras vai ao encontro dos/as autores/as que utilizamos ao longo da pesquisa, como Baumam e Miskolci. Além disso, partimos de pressupostos teóricos de que os espaços virtuais criam possibilidades de táticas nos espaços off-line.

As formas de relacionamento e conquista mudaram com o passar dos anos, assim como a evolução dos aparatos tecnológicos. As potencializações de diversos espaços foram sendo descobertas nesse processo e o resultado disso são as múltiplas espacialidades que os sujeitos constroem a partir da potência e do uso desses espaços. Entendemos essas socioespacialidades por meio do que afirma Souza (2009), como denominação “às relações sociais e ao espaço, simultaneamente (abrangendo, diretamente, a dinâmica da produção do próprio espaço, no contexto da sociedade concreta como totalidade)” (SOUZA, 2009, p. 24-25).

A partir de Souza, pensaremos nas relações sociais de homens que buscam parceiros do mesmo sexo nos espaços possíveis onde a visibilidade do



desejo possa ser negociada, com a finalidade de proporcionar relações afetivo-sexuais entre homens. Compreendendo que tanto os espaços on-line como os off-line são carregados de significados e interpelações. Com isso, neste momento, o objetivo não é fazer uma cartografia dos espaços de apropriação destes sujeitos, mas apontar os caminhos possíveis que esses homens encontram para potencializar e criar os laços com outros parceiros.

Desse modo, este capítulo vai buscar compreender os espaços enquanto algo dinâmico e produzido pelas e nas práticas afetivo-sexuais. Salientamos que cada espaço possui a sua identidade, construída e produzida pelos atores sociais. Os homens que buscam sociabilidades *on* e *off* são carregados de atravessamentos, com isso produzem e dão significações a esses espaços de diversas formas e vontades.

Para tanto dividimos este capítulo em dois momentos, o primeiro denominado como “A socioespacialidade do ARMÁRIO” e o segundo como “O ARMÁRIO virtual”. Assim no primeiro item abordamos as discussões pertinentes aos espaços físicos e, no segundo ao espaço virtual. Ao fim, buscamos fazer o diálogo entre estes dois espaços, compreendendo que eles se complementam.

### **3.1. A socioespacialidade do ARMÁRIO**

A metáfora do armário sempre foi vista como um lugar de aprisionamento, referindo-se a pessoas que lidam com a sua orientação sexual de forma não aberta. Estar no armário sempre foi sinônimo de viver a sexualidade de forma escondida ou, pelo menos, pseudoescondida. O armário, enquanto espaço, é constantemente atravessado pelo regime de visibilidade/invisibilidade.

Estar nesse espaço é atrelado aos homossexuais que não desejam que outras pessoas saibam de suas práticas afetivo-sexuais. Por outro lado, estar fora do armário é sinônimo de ser assumido, de lidar com a sua orientação sexual de forma mais aberta, sem precisar se esconder dentro desse espaço, que é armário. Para Miskolci (2009),

A homossexualidade foi “inventada” como segredo e – em contextos culturais e históricos que a perseguem – tende a existir

inserindo no armário aqueles que nutrem interesses por pessoas do mesmo sexo. Portanto, o *closet* não é uma escolha individual, e a decisão de sair dele tampouco depende da “coragem” ou “capacidade” individual. Em contextos heterossexistas, “assumir-se” pode significar a expulsão de casa, a perda do emprego ou, em casos extremos, até a morte. Por isso, historicamente, a maioria de homens e mulheres que se interessavam por pessoas do mesmo sexo viveu em segredo, o que lhes legava uma sensação de serem únicos e viver o fardo de um desejo secreto sem ter com quem compartilhar temores e sofrimentos (MISKOLCI, 2009, p. 172).

Concordamos com Miskolci e incluímos Santos e Teixeira Filho (2014, p. 179), entendendo que “a expressão traz consigo questões de binarismos bem delimitados durante a modernidade: privado – público; segredo – revelação; interioridade – exterioridade”. Como afirmam os autores, a expressão é carregada de uma ordem social, dualística, com funções bem demarcadas e vinculadas a determinado público. Esse espaço pode e deve ser pensado na sua multiplicidade de fatores, um deles é a (in)gerência sobre os desejos, as vontades e as curiosidades que o mundo homossexual proporciona aos sujeitos, como um dispositivo de regulação. Para Foucault (1979), o dispositivo é

“[...] um conjunto heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas [...] o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre esses elementos (FOUCAULT, 1979, p. 244).

Pensar o armário como um dispositivo de regulação é importante, uma vez que esse espaço condiciona os sujeitos a viverem subordinados a uma ordem complexa, carregada de normas e condutas dentro de uma sociedade heteronormativa. Ou seja, esses sujeitos são atravessados pela dicotomia daquilo que é tido como normal contra aquilo que é visto como anormal. A habitabilidade do armário enquanto espaço que regula, mas também proporciona a criação de novas espacialidades, vai ao encontro da forma como os sujeitos potencializam suas relações sócio-político-espaciais.

Neste sentido o armário é tido como um espaço de potencialização de novas táticas homossexuais e, conseqüentemente, um espaço potente para a

criação de novas territorialidades homossexuais. O espaço do armário incita os sujeitos a serem criativos/táticos e desenvolverem habilidades socioespaciais que configuram em novas formas de se relacionar no tempo e no espaço.

Utilizamos pesquisa em vídeos para ligar a discussão teórica sobre o armário a um material produzido pelo canal do *Youtube* chamado *Põe na Roda*, com o seguinte título: “VIVENDO NO ARMÁRIO: GAYS NÃO ASSUMIDOS”<sup>18</sup>. O vídeo é um diálogo com quatro homens que se identificam como homossexuais e se propõem, em um curto tempo, a apresentar como é ser gay e viver no armário. Entendemos que a construção do referencial teórico deve estar atravessada por todos os materiais disponíveis, sejam eles artigos, livros e também vídeos. Com isso, a escolha deste vídeo se deu primeiramente pelas potentes discussões que o canal tem levantado sobre as temáticas homossexuais. E num segundo momento, por compreendermos que este se encaixa na pesquisa.

Destacamos algumas palavras predominantes ao longo da fala deles, relacionadas a esse espaço. Sendo elas: medo, conservadorismo, aceitação, preconceito e morte. Saliento que todas as palavras em destaque estão, de alguma forma, atravessadas umas nas outras. A partir do diálogo estabelecido no vídeo, alguns relatam que estão no armário por medo do que a família irá pensar, medo do mundo externo, que é composto por amigos/as, parentes, emprego e religião. O medo é um sentimento presente dentro do espaço do armário e intrinsecamente ligado a outros diversos sentimentos que ainda impõem que essas pessoas estejam nele. O medo, por sua vez, caracteriza-se por uma certa tristeza em não poder mostrar quem se é, por receio do que os/as outros/as irão pensar, ou seja, há uma dualidade entre o que se deseja e aquilo que se é.

Outra palavra presente é o conservadorismo, sempre atrelado à aceitação e ao preconceito na fala dos quatro homens. O conservadorismo está ligado a moral e aos bons costumes da família tradicional, seguindo os padrões heterossexuais. Já a aceitação e o preconceito, na fala dos quatro homens,

---

<sup>18</sup> Vídeo do canal *Põe na Roda* – Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=JfLFn345Cm0>>. Acesso em: 29/03/2018.

remetem a estarem no armário como forma de proteção, ao mesmo tempo que esperam a assentimento da família. Por fim, o preconceito, muito presente ao longo do vídeo, nos faz pensar no espaço do armário como um refúgio.

Aceitar-se requer desafios, paciência e, acima de tudo, resistência. A sociedade é machista, sexista e homofóbica. Em algumas cidades talvez mais, outras menos, porém, por trás do não dito existe muita coisa a ser verbalizada, sentida e falada. Podemos pensar o armário, nesse caso, como um espaço daquilo que não é dito, um discurso não proferido, um silenciamento de desejos, afetos, emoções, enfim, um enclausuramento de sentimentos.

Santos e Teixeira Filho (2014) apontam três tipos possíveis de armário: o armário trancado a cadeado, o armário de portas fechadas e o armário de portas abertas. Sob a visão dos autores, esse espaço é um potencializador de novas práticas espaciais. Primeiramente, para os autores, o armário fechado com cadeado é o mais rígido. Segundo Santos e Teixeira Filho (2014), é aquele em que encontramos um território

[...] marcado pelas normas rígidas dos enunciados da sexualidade: a homofobia, a heteronormatividade, o sexismo, a culpa, as instituições (família, casamento, escola, Estado) regulando e vigiando a vida social e íntima. Esse é o próprio plano de organização dos territórios, onde o desejo e os afetos encontram-se impossibilitados de se expressar ou se expressam de forma pouco intensa e empobrecida e, assim, não conseguem adquirir matérias de expressão (SANTOS e TEIXEIRA FILHO, 2014, p. 182).

Nesse sentido, de acordo com os autores, o armário trancado a cadeado é um limitador de novas conexões com outros territórios. Para eles, o sentimento de aprisionamento e impossibilidade está relacionado a viver uma interioridade intensa. Para quem habita nesse território, vive-se uma vida dividida, com um constante medo de ser descoberto por alguém.

Por outro lado, podemos pensar que, ao mesmo tempo que regula, o armário trancado a cadeado impõe que o sujeito descubra novas estratégias para sociabilização. Entendendo, assim, que o medo propicia escapes em detrimento de realizações pessoais. Para Eribon (2008), essa vida dividida e a

pseudosseguurança que o armário proporciona são entendidas como uma “privatização do privado” (p. 124). Para o autor,

[...] a privatização do privado é uma verdadeira estrutura de opressão para os gays e as lésbicas, e quase sempre é uma estrutura que só não lhes é imposta, mas a qual eles próprios escolhem submeter-se e no quadro da qual moldam suas personalidades e suas condutas (ERIBON, 2008, p. 124).

Segundo Eribon (2008), a consequência dessa privatização é a mentira, ou seja, o sujeito passa a inventar desculpas para tudo o que ele fizer que foge às regras. Com isso, ele desenvolve identidades diversas, visto que o fato de não poder compartilhar suas experiências com outras pessoas exige que se potencialize identidades que satisfaça o interesse regulatório. Para Sedgwick (2007),

Embora os eventos de junho de 1969, e posteriores, tenham revigorado em muitas pessoas o sentimento de potência, magnetismo e promessa da autorevelação gay, o reino do segredo revelado foi escassamente afetado por Stonewall. De certa maneira, deu-se exatamente o oposto. Para as antenas finas da atenção pública, o frescor de cada drama de revelação gay (especialmente involuntária) parece algo ainda mais acentuado em surpresa e prazer, ao invés de envelhecido, pela atmosfera cada vez mais intensa das articulações públicas do (e sobre o) amor que é famoso por não ousar dizer seu nome. Uma estrutura narrativa tão elástica e produtiva não afrouxará facilmente seu controle sobre importantes formas de significação social (SEDGWICK, 2007, p. 21).

Para a autora, mesmo com o evento que *Stonewall* significou na gerência da sexualidade, não foi o suficiente para desmistificar a metáfora do armário. Porque pensando na “presunção heterossexista” (p. 22), as pessoas erguem novos muros a todo instante. Para Costa (2010), a partir de *Stonewall* “se fez necessário a atitude de ‘sair do armário’, como uma postura de assunção de uma identidade em face da necessidade de alterar sua condição de estigma num meio social heteronormativo” (p. 22). Para Sedgwick (2007), o armário não é uma característica apenas de pessoas gays, porém, ele é um formador dessa identidade, presumindo que é a partir dele e por ele que algumas relações sociais

são estabelecidas. A autora ainda afirma que “o armário é a estrutura definidora da opressão gay no século XX” (p. 26).

Retornando a Santos e Teixeira Filho (2014), apontamos o segundo tipo de armário, o de portas fechadas ou encostadas. Para os autores, nesse espaço,

encontramos ambiguidades nos movimentos do desejo: ele tanto pode se movimentar em direção à produção dos afetos e às possibilidades de expressão (desterritorialização), como pode ser puxado pela heteronormatividade em direção aos planos de organização dos territórios, do visível ((re)territorialização) (SANTOS e TEIXEIRA FILHO, 2014, p. 195).

Notemos, assim, que o processo de desterritorialização é uma das características desse espaço, por entender que o armário de portas fechadas ou encostadas permite escapes e criação de novos territórios de sociabilidades. Com isso, operacionalizando conceitos da Geografia, já mencionados no capítulo 1, a territorialização, a desterritorialização e a reterritorialização são interpelações presentes nos sujeitos que tentam um flerte, um esforço à procura de laços não tão duradouros.

Santos e Teixeira (2014) entendem o risco que as desterritorializações podem trazer a quem se permite a produzi-las. Uma vez que, a premissa da manifestação do desejo pode colocar em risco a condição física, mas também a “imagem e a (pre)suposta heterossexualidade” (p. 197). Os autores indicam algumas estratégias possíveis de escapes às portas do armário, apontando a internet como potencializadora de certas práticas de liberdade.

Todavia, Santos e Teixeira (2014) reforçam que “o sujeito pode ‘entrar e sair’ do armário, no entanto, independentemente de onde estiver, o armário ainda será a referência regulatória” (p. 199). Com isso, o armário com portas fechadas ou encostadas, mesmo que permita escapes possíveis, ainda continua sendo regulador das sexualidades dos sujeitos que nele se encontram. O espaço desse armário é mais flexível do que aquele com cadeado, permitindo fugas reguladas, mas com o mesmo sentimento de aprisionamento interno que o primeiro. As fugas também constituem a produção das identidades desses sujeitos.

Por último, Santos e Teixeira Filho (2014) explicam o armário aberto. Para os autores, o espaço do armário aberto possibilita “movimentos de criação de novos universos que escapam à regulação do armário, produzindo diferentes

modos de vidas os quais resistem à heteronormatividade” (p. 200). Conforme salientam os autores, será nesse espaço que acontecerá os enfrentamentos às normas, às condutas e a tudo aquilo que regula. Será o espaço do confronto, mesmo estando nele, é por ele que serão questionadas as regras sociais. Segundo Eribon (2008),

Não deve existir gay, por mais “aberto” que seja, que não tenha um dia ou outro transigido com a questão do armário: por isso é que a “saída do armário” não é um gesto único, unívoco: é, a um só tempo, um ponto de partida e uma espécie de “ideal regulador” que orienta as condutas, mas não pode nunca ser atingido. A estrutura do armário é tal que ninguém está simplesmente fora ou dentro, mas sempre, ao mesmo tempo, fora e dentro, mais ou menos fora ou mais ou menos dentro conforme os casos e as evoluções pessoais. Ninguém jamais está totalmente dentro, na medida em que [...] o “armário” sempre é suscetível de ser um “segredo público”, e sempre há pelo menos uma pessoa que sabe e de quem se sabe ou se imagina que sabe. Ninguém jamais está totalmente fora, pois sempre é possível, num momento ou noutro, ser obrigado a calar sobre o que é (ERIBON, 2008, p.141).

Assim como Eribon (2008), pensamos que não existem pessoas totalmente fora do armário, por entender que sempre existirão silenciamentos, em detrimento de alguns benefícios. Todavia, a ideia do autor nos remete à potencialização de “microterritorializações” (COSTA, 2017), dado que os escapes possíveis são pautados, em um primeiro momento, pela potência de territórios menores. Esses territórios menores são fomentados por processos de “microterritorialidades” (COSTA, 2017). Como afirma Costa (2017), esses dois conceitos buscam compreender “as relações entre espaço social urbano e suas diversidades de apropriação relacionadas a reuniões de sujeitos identificados e se identificando com formas e práticas culturais singulares” (p. 11).

Em concordância com Costa (2017), entendemos que a produção das relações sociais, em uma escala menor, fortalece e cria diferentes singularidades, uma vez que os sujeitos estão interpelados por realidades múltiplas. A partir da escala micro, podemos relacionar com os diferentes níveis de ser e estar nos armários propostos por Santos e Teixeira Filho (2014). Costa

(2017) propõe pensar as microterritorializações em sua forma e em seu conteúdo, entendendo que os dois estão atravessados. Segundo o autor,

as microterritorializações regidas pelo princípio de forma contém esta dialética das desigualdades e das contradições produzidas pelos próprios processos sociais, produzidas em partes do espaço social urbano cujos regramentos são mais frouxos ou cuja força da transgressão permite e evidencia o conflito entre ordem e desordem. Assim como um sintoma de produção sensível dos corpos e das relações (ocorre, muitas vezes, também a transformação da materialidade abrangente) definidas pela criatividade sensível do presente e do local partilhado coletivamente (COSTA, 2017, p. 16 – 17).

É interessante refletir sobre o processo na escala micro, a partir da complexidade das paredes que o armário impõe. Com isso, esse espaço também passa ser um facilitador de criação de novas microterritorialidades, uma vez que os sujeitos buscam, em alguns momentos, certa invisibilidade em detrimento do desejo. Sobre as microterritorializações das homossexualidades, Costa (2017) explica que

[...] elas ocorrem em diferentes formas e estratégias de mercado de diversão noturna: desde os estabelecimentos como bares e boates gays, que se localizam em lugares ‘escondidos’ no espaço urbano, permitindo a discrição na chegada dos frequentadores e assumindo uma condição típica de gueto gay (alguns estabelecimentos para sexo entre homens, como saunas gays, vídeo locadoras e cinemas pornôns, organizam uma fachada cujos atributos estéticos não visibilizam o tipo de negócio estabelecido ou mudam os aspectos da frequência, como os cinemas muito frequentados por homossexuais, mas cuja fachada mostra que se destina ao público heterossexual); assim como as festas e bares *gayfriendly* que assumem uma identidade mista dos frequentadores e prezam pelo empoderamento e visibilidade da diversidade (COSTA, 2017, p. 18).

O autor salienta que o mercado é estratégico para esse público, uma vez que se utilizam de espaços mais camuflados da malha urbana para garantir uma certa discrição aos sujeitos que buscam esses lugares. Ainda, ressalta a existência de espaços que são frequentados predominantemente pelo público homossexual, mas que possuem características físicas de um espaço que se



destina a heterossexuais. Costa (2017) nos coloca a pensar sobre as microterritorialidades pelo princípio do conteúdo. Para o autor,

os próprios corpos em interação poderão ser entendidos como conteúdo, se analisarmos que eles ‘preenchem’ e se apropriam de um espaço (arquitetônico ou parte do espaço público). No entanto, queremos deixar claro que o sentido das microterritorializações como forma (ou ‘forma em formação’ na ideia do formismo) é a própria reunião dos corpos e que a ideia de conteúdo é esta necessidade de adentrar as profundezas dos motivos, representações, regras e identificações da reflexibilidade compartilhada [...] as microterritorializações são uma segunda instância do espaço social, ou seja, (micro) território (ação) que contradiz o processo espacial primeiro, o reinventando e produzindo outra condição de espaço (por isto território, porque se apropria do espaço primeiro por outra lógica espacial) (COSTA, 2017, p. 20).

O autor nos coloca a pensar sobre a produção do espaço sob a ótica do conteúdo, entendendo que este precisa ser analisado por compreender que ele produz significação ao espaço produzido. Assim, Costa (2017) reflete sobre as microterritorialidades na sua totalidade, na materialidade dos corpos que produzem reuniões territorializadas.

Pensando na individualidade de cada sujeito, “acontecerá a dialética entre a reflexibilidade compartilhada, como construções coletivas de representações que conduzem o *savoir-faire* dos membros, e as subjetividades contraditórias destes próprios” (COSTA, 2017, p. 21). Para o autor, num nível individual, as contradições produzirão “perturbações na manutenção das práticas culturais estabelecidas” (p. 21). Costa (2017) destaca que sempre existirão os menos e mais envolvidos com as microterritorialidades, e serão estes que darão sentido ao espaço.

### **3.2. O ARMÁRIO virtual**

Ao pensar o espaço virtual também como um território de sociabilidade de homens que buscam parceiros do mesmo sexo, é interessante destacar que a internet teve/tem um papel importante para os sujeitos que viviam/vivem no armário. O virtual oportuniza relações sem a necessidade da exposição direta.

Criam-se mecanismos para que se estabeleçam sociabilidades, de uma forma que os sujeitos gerenciem as visibilidades e as invisibilidades dos seus corpos.

Das salas de bate papo aos aplicativos de relacionamentos, passamos a gerenciar cada vez mais aquilo que desejamos que os outros saibam e vejam. Por mais que a vida on-line e off-line estejam intrinsecamente ligadas, existem formas de sociabilidades diferentes em ambos os espaços. Segundo Morelli e Pereira (2018), “o mercado de aplicativos e sites atravessa nossas redes de sociabilidade e os modos por meio dos quais as construímos e as mantemos” (p. 188). Para Miskolci (2009),

Enquanto a web amplia as possibilidades já existentes para relações heterossexuais, para pessoas que buscam se relacionar com outras do mesmo sexo a rede criou um espaço inédito para se socializar. Historicamente alijadas da maior parte do espaço público, sexualidades marginalizadas tenderam a se restringir a locais de encontros e espaços reduzidos das grandes cidades, deixando pouca ou nenhuma opção para a maioria que vivia (e vive) em cidades médias, pequenas, na zona rural ou mesmo na periferia das metrópoles. A despeito das polêmicas e imprecisões, esses territórios foram chamados de guetos e, após a rebelião de Stonewall em 1969, de bairros gays. Estes floresceram durante as décadas seguintes na América do Norte e na Europa, mas na maior parte do mundo jamais se constituíram. Tal restrição espacial incentivou o cruising, a paquera gay itinerante, um resultado do caráter “sem lugar” da homossexualidade em sociedades conservadoras como a brasileira (MISKOLCI, 2009, p. 175).

Conforme o mesmo autor, o espaço virtual criou possibilidades inéditas de sociabilização entre pessoas que buscavam se relacionar com outras do mesmo sexo. Essas pessoas, agora, não precisam se expor aos espaços públicos de pegação, por entender que a internet facilita o contato e é um espaço mais seguro. Tomamos como ambiente seguro, o próprio espaço como proteção, garantindo que as pessoas consigam se relacionar com outras sem o medo de serem descobertas ou flagradas nas ruas. Para Miskolci (2009), “a web estendeu o código-território da homossexualidade para mais pessoas nas metrópoles e nos recantos do interior do país. Nestes locais, a maioria jamais quis (ou pôde) se expor de forma a frequentar algum local claramente gay ou lésbico” (p. 172).

No entanto, ao mesmo tempo que o virtual é visto como libertador, facilitador de contatos, ele também condiciona o espaço off-line como sinônimo de heterossexualidade. Miskolci (2017) relata que a internet comercial garantiu que usuários pudessem trocar experiências afetivo-sexuais com parceiros do mesmo sexo a partir de um relativo anonimato. Nesse cenário, buscar parceiros do mesmo sexo, essa rede facilitou as relações homossexuais em troca da manutenção do sigilo. Com isso, pensamos como Miskolci, que a internet:

[...] permitiu o rompimento do isolamento de homens e mulheres que tendiam a imergir em crises existenciais profundas pela falta de alguém para compartilhar temores, dores e sonhos, de outro, auxiliou a manter a visão dominante de que qualquer “meio” compartilhado por homo-orientados seria moralmente duvidoso. Em outras palavras, a internet tomou o lugar dos antigos guetos urbanos ou o “mito” cultural do “meio” e se tornou passagem quase obrigatória para sujeitos que nutrem desejos homoeróticos em sua autodescoberta, contatos sexuais ou amorosos e a criação de redes de apoio (MISKOLCI, 2009, p. 176).

Assim, como nos espaços físicos, o virtual cria armários, silencia identidades e fomenta opressões. Podemos afirmar que o armário virtual possui várias gavetas, e nelas são colocadas todas as formas de representações. Retornamos a Miskolci ao reforçar que, se por um lado a internet facilitou a paquera, por outro ela criou novas gavetas, uma vez que ela reforça a matriz heterossexual. Segundo o autor,

As mídias digitais trouxeram algumas novidades na esfera amorosa como a possibilidade de visualizar, pela primeira vez, o universo de parceiros em potencial, ampliá-los numericamente e, sobretudo, essas mídias também acenam – por meio dos mecanismos de busca – com a possibilidade de escolher como nunca antes. Em uma era obcecada com a corporalidade, basta observar um destes sites e ler alguns perfis para constatar a centralidade do corpo nas interações. A começar pelas descrições literalmente numéricas e precisas apresentadas, passando pelas fotos e o uso da câmera ou ainda pelos formulários dos mecanismos de busca que permitem escolher quase tudo do possível parceiro: idade, altura, peso, cor de pele, cabelos, olhos, grau de pilosidade e, nos sites para um público apenas masculino, até tamanho do órgão genital (MISKOLCI, 2012, p. 35).

É muito comum encontramos em aplicativos de relacionamentos usuários que se dizem “discretos e fora do meio” numa tentativa de performar uma hipermasculinidade. Concordamos com Miskolci (2015) quando este ressalta que “a homossexualidade continuou a ser avaliada negativamente em homens femininos, travestis e associada – muitas vezes de forma mecânica e equivocada – a transexuais e crossdressers” (p. 68). Ou seja, masculinidades hegemônicas são reforçadas nesse espaço, seguindo padrões. O autor destaca que

[...] é perceptível uma continuidade da recusa social à homossexualidade compreendida como alguma forma de deslocamento de gênero, sobretudo quando evidenciada publicamente. O que é corroborado pela patente valorização, nas diferentes plataformas de busca de parceiros, daqueles socialmente reconhecidos como “masculinos” (MISKOLCI, 2015, p. 68).

A necessidade de reforçar que se é mais masculino e se está fora do meio remete a uma era pré-internet, reafirmando padrões em troca da opressão de outros, numa tentativa de parecer “normal”. No entanto, para Miskolci (2009), o meio também é a internet. Segundo o autor, os usuários que se dizem fora do meio vivem uma vida dupla que “imaginam construída em ‘território limpo’, leia-se ‘masculino’, em oposição ao mito do ‘meio’ gay como território ‘impuro’, associado ao ‘afeminamento’ e à marginalidade” (2009, p. 187).

As relações mediadas por aplicativos imperam aos usuários modelos regulatórios, uma busca incessante pelo corpo ideal, pelo padrão ideal, pelo homem ideal –ideais impostos midiaticamente. Os sujeitos são guiados por desejos que estão presentes nas masculinidades padrão, seguindo uma ordem heteronormativa. Para Miskolci (2009), “curioso paradoxo em que o desejo é homoerótico, mas se dirige ao homem ‘heterossexual’, ou seja, aos valores e às práticas historicamente construídos como típicos daquele que mantém a dominação masculina (p. 187). Segundo o autor,

Os usuários da internet que buscam contato com pessoas do mesmo sexo conhecem o poder de seu desejo, daí temerem em si próprios – e no possível parceiro – tudo que possa denunciar um erotismo que afrontaria a crença na heterossexualidade como a própria ordem natural do sexo. São marcados pelo medo de serem descobertos, de se tornarem vítimas de seu desejo, de

serem traídos por aqueles que amam. O cerne destes medos é que a atração por pessoas do mesmo sexo os leve necessariamente a confrontar a ordem social, perdendo o privilégio do gênero masculino, o que, de certa forma, os exporia a serem humilhados e (mal)tratados como mulheres. É este temor que os guia na busca por um ideal de parceiro amoroso (heterossexual) que se contrapõe às reais possibilidades que talvez os retirasse da recorrente queixa de solidão (MISKOLCI, 2009, p. 187).

De acordo com Miskolci (2015), “a despeito da existência de sites e aplicativos voltados para sujeitos não heterossexuais, seu uso ainda gira em torno de padrões imagéticos e comportamentais que reverenciam os padrões heterossexuais” (p. 70). Ou seja, o armário não desapareceu, ele está tão presente como em outros espaços, aqui ele é reforçado nos perfis on-line.

Para Miskolci (2009), “a necessidade de encontrar alguém para falar de seu desejo – seja para criar uma relação amorosa, fazer amigos ou simplesmente compartilhar dores – faz da internet o mais novo meio de controle da sexualidade” (p. 188). A própria construção do perfil, quando o usuário escolhe quais campos preencher, o que escrever e quais fotos colocar, está totalmente ligada a como ele quer e pode ser visto. Segundo Miskolci (2015),

As mídias digitais induzem usuários em busca de parceiros sexuais ou amorosos a imaginarem que o sucesso da busca dependerá – em parte ou completamente – da criação de um corpo que exige técnicas masculinizantes. Tudo com o intuito de ser desejável na arena de competição por parceiros em que se está inserido (MISKOLCI, 2015, p. 70).

Com isso, a construção do perfil é cuidadosa, a ponto de ser imperativo a forma como os sujeitos se mostram nesses espaços. Para Miskolci (2015), o usuário “é induzido a operar segundo os padrões de competição ali vigentes e sua busca tende a ser moldada por critérios próprios a estes meios tecnológicos regidos por uma lógica mercadológica” (p. 71). Sob o olhar de Beleli (2015),

[...] as mídias digitais são incorporadas no cotidiano das pessoas, tentando acompanhar o momento distinto em que vivemos, em que a aceleração do tempo e a reconfiguração das noções de espaço, propiciadas pela internet, ampliaram-se significativamente com as tecnologias digitais móveis, intensificando as relações interpessoais (BELELI, 2015, p. 92).

Para a autora, as mídias digitais estão intrinsecamente ligadas ao cotidiano das pessoas, fazendo uma reconfiguração das relações pessoais mediadas pelo uso da internet. Segundo Beleli (2015), “o celular – muitas vezes atado, ou confundido mesmo com o corpo – não é apenas uma tecnologia, mas é parte da constituição do corpo, de modo que sua ausência pode ser lida como a perda de algo nesse processo” (p. 95). Para Bonfante (2016),

No universo online, a performance imagística de nossos corpos, associada à enunciação de nossos desejos, tensionam a articulação entre sujeito, discurso e espetacularidade, trazendo à luz performances de sensualidade para produzir efeitos materiais sobre quem se é: entre eles a desejabilidade, espetacularidade e inteligibilidade. Todos nós, envolvidos no perpétuo ato de se colocar em performance, aderimos às regras do jogo: o exibicionismo e o voyeurismo (BONFANTE, 2016, p. 24).

Assim, a tecnologia também está ligada ao corpo, não sendo algo superficial, pelo contrário, a inovação coloca os sujeitos no universo da atualidade. Num primeiro momento, nos salta aos olhos que as relações entre as pessoas estejam mecanizadas, artificializadas a ponto de desfazer uma amizade em redes sociais, sem justificativas. O que no mundo off-line seria um pouco mais custoso, no on-line esta relação de fazer e desfazer contatos é naturalizada. E a busca por parceiros amorosos se dá nesse processo, pautado em corresponder às expectativas ou não corresponder e “fim de papo”. Para Miskolci (2017),

na era dos desejos digitais, as imagens nas telas mediam buscas para encontros face a face. Ainda que driblem tecnologicamente o impedimento da expressão do interesse sexual por pessoas do mesmo sexo, o fazem dentro de termos que permitem encontros off-line com segurança, o que, no caso entre homens, demanda que sejam “discretos”. Dessa forma, por mais que se expressem on-line, sua fonte e objetivos são o off-line, onde permanecem sob condições desiguais e discriminatórias (MISKOLCI, 2017, p. 286).

O armário virtual é bem amplo, ele impõe as regras desse universo tão estabelecidas quanto no espaço off-line. Segundo Beleli (2015), “a descoberta

de afinidades com o outro desejado diz muito sobre como os sujeitos se percebem e percebem os potenciais parceiros também a partir dos objetos incorporados nas distintas modulações de identidade” (p. 101). Segundo Miskolci (2012),

Qualquer que seja a plataforma, a identidade online comporta três elementos principais: nome ou nickname, imagem (foto, vídeo ou câmera em tempo real) e linguagem (escrita ou falada). Não por acaso, os perfis tendem a materializar apresentações de si inspiradas pela publicidade atual: desde o uso de apelidos chamativos, o uso de fotos em poses similares às de comerciais, filtros e corretivos digitais como Photoshop e Instagram até textos que chegam a seguir critérios similares aos de comercialização de produtos (MISKOLCI, 2012, p. 37).

O mercado dos aplicativos amorosos está em alta, de forma imperativa entramos nesses espaços, devido ao tempo, cada vez mais precioso. Para Beleli (2015), “fazer um perfil em sites de relacionamentos e aplicativos não se limita à interação com pessoas, mas também com imagens piscantes que oferecem produtos – destinos de viagem, moda, comida” (p. 102). O consumo é vigiado, nossas relações mediadas pelas mídias deixam de ser algo privado, existem um cruzamento de dados que tencionam as questões mercadológicas.

Não é estranho estar num aplicativo à procura de parceiros e do nada aparecer um anúncio de viagem, para um destino que você estava realmente procurando. Ou seja, aquela busca feita em alguma agência virtual de viagens articulou os dados de busca a um programa de computador e direcionou o anúncio que você gostaria de ver. Na indústria dos aplicativos, estamos muito mais expostos do que imaginamos, somos vigiados a cada deslize de tela e a venda de produtos e serviços é algo que está atravessado nas buscas por parceiros. Para Miskolci (2009),

a rede não só expandiu o *closet*, mas também tende a transformá-lo ao oferecer oportunidades e alternativas de socialização impensáveis para gerações anteriores. Nem mesmo a solidão dos que desejam pessoas do mesmo sexo é a mesma, já que podem compartilhá-la reconhecendo sua não excepcionalidade e diminuindo seu sofrimento (MISKOLCI, 2009, p. 188).

As relações on-line misturam “reaprisoneamentos e liberações” (MISKOLCI, 2009, p. 189), gerando resistência ao “dilema do armário e seu dualismo identitário, que impõe a escolha férrea entre a exposição pública (assumir-se) ou o aprisionamento na intimidade (segredo)” (MISKOLCI, 2009, p. 189). Se por um lado o espaço virtual abriu caminhos para uma administração dos desejos e vontades “desviantes”, entendendo estas como sendo aspirações que fogem da heteronormatividade, por outro, esse espaço criou barreiras tão parecidas ou iguais àsquelas dos espaços físicos. Os armários são múltiplos, são plurais e funcionam nos diferentes espaços como dispositivos de regulação dos desejos.

### **3.3. TERRITÓRIOS E (MULTI)TERRITORIALIDADES: territorializando o aplicativo TINDER**

Inicialmente se faz necessário compreender que o espaço do aplicativo Tinder produz comunicação, quer entre sujeitos ou com a rede mundial de computadores. O aplicativo é “habitado” por pessoas, sentimentos e desejos que nele projetam um espaço potente para relações homoeróticas. Diante disso, o espaço virtual se torna um território de práticas espaciais, representações e significados. Para Raffestin (1993) essas relações sociais materializam o território e produzem territorialidades. E tais territorialidades estão relacionadas as formas de organização das pessoas no espaço, como se apropriam dele e denotam significados (SACK, 1986).

Os conceitos de territórios e territorialidades aqui abordados, seguem caminhos teórico-metodológicos, entendendo que existem compreensões diversas sobre estes conceitos, a partir da concepção de alguns/as autores/as. Para tanto, optamos por seguir os conceitos propostos por Claude Raffestin, Robert David Sack e Rogério Haesbaert, principais interlocutores.

Assim o atravessamento do conceito de espaço se faz presente ao longo da escrita, entendendo-o como indissociável do território, apesar de se distinguirem epistemologicamente e ontologicamente (SAQUET, 2005). A compreensão do espaço geográfico, como um território de táticas, é necessária uma vez que o aplicativo Tinder permite que os sujeitos se usem de técnicas para moldar suas afetividades. Ou seja, as relações presentes no espaço do App



são refletidas no cotidiano e vida das pessoas. Para Saquet (2015, p. 38) “[...] o território é uma construção social, histórica, relacional e está sempre vinculado a processos de apropriação e dominação do espaço e, evidentemente, às pessoas [...]”.

Com isso, pensando a partir das ideias de Saquet (2015), podemos compreender que a apropriação do espaço territorializa as relações sociais, seja pelas regras e normas ou pelas técnicas e tecnologias. O aplicativo Tinder seria isso, a apropriação de um espaço virtual, já concebido na ciência geográfica, fruto de intensos conflitos e rugosidades<sup>19</sup>, sendo dinâmico e podendo ser desterritorializado por diferentes interesses. Pensando a partir de Haesbaert (2014) que paradoxalmente reduzimos a distância física, a partir do virtual, concomitantemente a relação tempo-espaço foi (re)configurada, tornando-se emergente a potencialização de um espaço, que hoje conhecemos como ciberespaço, produzido a partir da multiplicidade e velocidade das tecnologias.

Para Saquet (2015) a própria formação das redes de comunicação influencia diretamente na formação dos territórios. Com isso, “os territórios resultam do processo de construção histórica do e no espaço” (SAQUET, 2015, p. 42). A partir das ideias do autor, entendemos que o território é resultado das relações entre sociedade e natureza interpelados pelos processos de territorialização.

A partir de Raffestin (1993) pensamos o território como resultado da territorialização do espaço, na concepção do autor, o território só existe a partir do espaço. “Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente (por exemplo pela representação), o ator territorializa o espaço (RAFFESTIN, 1993, p. 143). Neste sentido, o território adquire um caráter de práticas, e o Tinder é isso, marcado por relações de poder, com isso as representações neste espaço oportunizam a produção de nós e a construção de redes (RAFFESTIN, 1993).

Os aplicativos virtuais são territórios, instituídos pelas relações sociais e representações dos sujeitos, os limites destes podem ser negociados

---

<sup>19</sup> As rugosidades são o espaço construído, o tempo histórico que se transformou em paisagem, incorporado ao espaço. [...] nos oferecem [...] restos de uma divisão de trabalho internacional, manifestada localmente por combinações particulares do capital, das técnicas e do trabalho utilizados. [...] O modo de produção que, [...] cria formas espaciais fixas, pode desaparecer – e isto é frequente – sem que tais formas fixas desapareçam (SANTOS, 1978, p. 138).

(coletivamente) ou impostos (individualmente). Sendo assim, se território é poder em Raffestin (1993), analogamente trazemos o Biopoder de Foucault, como àquele poder sobre a vida dos sujeitos que estão imersos nos aplicativos em troca de uma pseudo-segurança para negociar suas vivências e táticas homoeróticas.

Compartilhamos das ideias de Robert Sack em seu livro publicado em 1986 denominado “Territorialidade Humana”, para iniciar a discussão sobre territorialidades e também utilizamos Rogério Haesbaert, para compreender os processos de multiterritorialidades, sempre buscando defender o espaço virtual como um território de possibilidades táticas, possíveis de sociabilidades. Para SACK (1986),

A Territorialidade nos humanos é melhor entendida como uma estratégia espacial para afetar, influenciar ou controlar fontes e pessoas, controlando área; e, como uma estratégia, a Territorialidade pode ser ligada e desligada. Em termos geográficos ela é uma forma de comportamento espacial (SACK, 1986, p. 3).

Com isso, Sack (1986) nos coloca a pensar sobre as estratégias espaciais de controle, entendendo assim que o espaço do App Tinder é também um campo de possibilidades de controle sobre os sujeitos. Para o autor, a territorialidade é um componente geográfico potente para entender como a sociedade e o espaço se comportam, a partir da relação de interconexão. Enfatizando que “Territorialidade [...] é um uso sensato historicamente do espaço. Especialmente, uma vez que ela é socialmente construída e depende de quem está controlando quem e porque” (SACK, 1986, p. 5). Sendo assim, a territorialidade é carregada de relações de poder, influenciando diretamente o grupo social, a partir de acordos, sentimento de pertencimento e culturas que produzem identidades territoriais.

Como afirma Saquet (2015) as territorialidades estão em constantes transformações em relação ao espaço-tempo, e isso acarreta em alterações dos territórios, entendendo que estes são substantivados a partir de desigualdades, identidades, mudanças e diferenças. A territorialidade no Tinder, se comporta pautadas nas ideias de Sack (1986) e Saquet (2015), sendo dinâmicas resultados do processo de informatização e potencialização das mídias sociais,

e também produtor de relações dos sujeitos, táticas e usos do espaço virtual como um espaço potente para conquistar parceiros. Como afere Saquet (2015),

As territorialidades (econômicas, políticas e culturais) são, simultaneamente, resultado, condicionantes e caracterizadoras da territorialização e do território num movimento contínuo de desterritorialização e reterritorialização: as relações sociais, as apropriações e as demais práticas espaço-temporais, ou seja, as territorialidades determinam cada território, influenciando ao mesmo tempo, a sua própria reprodução (com rupturas e permanências), a partir do território formado, isto é, são influenciadas pelo território em cada relação espaço-tempo (SAQUET, 2015, p. 45).

Com isso, as práticas espaciais, são também temporais. A partir de Saquet (2015, p. 107) “vivemos as processualidades territoriais-espaciais-temporais simultaneamente”. Para Saquet (2009), esta territorialidade é compreendida “[...] como um processo de relações sociais, tanto econômicas, como políticas e culturais de um indivíduo ou de um grupo social” (p. 8) que correspondem “[...] às relações sociais e às atividades diárias que os homens têm com sua natureza exterior” (p. 8).

Sendo assim, o autor enfatiza que a territorialidade é o processo de produção do território, sendo essencial para a vida cotidiana e a construção da identidade. Entendendo assim, que essa identidade é produzida a partir das múltiplas relações que estabelecemos com as territorialidades, envolvendo os espaços materiais e imateriais, desde crenças a valores. Para Haesbaert (2014, p. 64), a territorialidade [...] não é apenas “algo abstrato” num sentido que muitas vezes se reduz ao caráter de abstração analítica, epistemológica. Ela é também uma dimensão imaterial [...] e pode inserir-se eficazmente como uma estratégia político-cultural [...].”

Neste sentido, entendemos que a multiterritorialidade contemporânea é um processo, resultado do novo aparato-tecnológico informacional, a capacidade que temos de estar conectados/as em rede, nos permite pensar na integração de novos territórios e territorialidades. Dito isso, Haesbaert (2014) afirma:

A multiterritorialidade contemporânea inclui assim uma mudança não apenas quantitativa – pela maior diversidade de territórios que se colocam a nosso dispor (ou pelo menos das classes e

grupos mais privilegiados) - , mas também qualitativa, na medida que temos hoje a possibilidade de combinar de uma forma inédita a intervenção e, de certa forma, a vivência, concomitantemente, de uma enorme gama de territórios e/ou territorialidades (HAESBAERT, 2014, p. 79).

Vivenciar as múltiplas formas territoriais, fazem parte da sociedade contemporânea, onde a distância física parece ter pouco significado. O Tinder é um exemplo, a conversação em rede delimitado por um raio de 161 km, faz do aplicativo um território-rede, podendo assim serem usufruídas as (multi)territorialidades. Para Haesbaert (2004) território e rede não são dicotômicos, uma vez que a rede constitui o território. Ainda, segundo o autor, seriam as novas mobilidades espaciais que conceituariam o que o Haesbaert (2004) entende por território-rede. Compreendendo assim, como mais flexíveis, importando com isso, o acesso “[...] aos meios que possibilitem a maior mobilidade física dentro da(s) rede(s), ou os pontos de conexão [...] com as múltiplas territorialidades [...]” (HAESBAERT, 2014, p. 81).

O território se constitui em movimento, num processo de territorializar-se “significa também, hoje, construir e/ou controlar fluxos/redes e criar referenciais simbólicos num espaço em movimento, no e pelo movimento” (HAESBAERT, 2004, p. 280). Sendo assim o território-rede caracteriza-se justamente pelo caráter móvel do território, ou ainda, pelas trocas fomentadas pela interconexão virtual, principalmente na sociedade contemporânea, num processo de caráter territorializador e desterritorializador, com isso a rede não anula o território.

Para nossos propósitos, a característica mais importante das redes é seu efeito concomitantemente territorializador e desterritorializador, o que faz com que os fluxos que por elas circulam tenham um efeito que pode ser ora de sustentação, mais ‘interno’ ou construtor de territórios, ora de desestruturação, mais ‘externo’ ou desarticulador de territórios (HAESBAERT, 2004, p. 294).

Sendo assim, para o autor, a partir da perspectiva de ser e estar simultaneamente em diversos territórios, constituem a multiterritorialidade. O domínio das redes e dos fluxos de mobilidade, permite que a sociedade contemporânea esteja cada vez mais conectada em diversos lugares. Como mencionado anteriormente, as barreiras físicas não são mais problemas, o meio

virtual proporciona a vivência de múltiplas territorialidades e construções e representações em novos territórios. Em suma, a sociedade contemporânea vivencia novas práticas espaciais, oportunizadas pelo virtual, mas também pelas táticas de apropriação do território.

Dito isso, o Tinder se constituiu enquanto um território passível de uma apropriação, territorializando-se e se configurando como espaço virtual potente para expressar afetividades. Os sujeitos se apropriam do Tinder em busca de sanar seus desejos e vontades, com isso configura-o como um território de resistência, a partir da visibilidade homossexual, referindo-se a homens que buscam parceiros do mesmo sexo. Mas também é configurado como um território de práticas espaciais, passível de representações dos corpos e das masculinidades.

#### 4. CONSTRUINDO PERFIS

Nesta parte do trabalho explicamos a metodologia, destacando que o fato de nomear o capítulo prossegue a ideia de conexão, tanto com o referencial teórico, quanto com o que virá posteriormente a ele, fruto das narrativas dos nossos sujeitos. O estudo mescla dados qualitativos e quantitativos com um questionário semiestruturado *on-line* (Apêndice II) e entrevistas em profundidade (Apêndice III) feita com cinco homens que buscam parceiros do mesmo sexo no App Tinder, a partir da inserção do pesquisador na plataforma digital. Essa metodologia de produção dos dados permite uma maior aproximação com o objeto de pesquisa, bem como possibilita uma interação entre pesquisador e entrevistados, permitindo aos sujeitos de pesquisa certo conforto na hora de expor suas respostas, não ficando restritos a respostas do tipo “sim e não”.

Poupart (2008, p. 228-233) aponta que alguns elementos são essenciais para que os sujeitos se envolvam com as entrevistas: 1. obter a colaboração do entrevistado; 2. colocar o entrevistado a vontade por elementos de encenação; 3. ganhar a confiança do entrevistado. 4. levar o entrevistado a tomar iniciativa do relato e a se envolver. Optamos por trabalhar com um raio de 31 km a partir do Campus Carreiros da Universidade Federal do Rio Grande – FURG, por entender que a definição dessa distância nos possibilita captar usuários residentes em diversos bairros e vilas do município. A metodologia consistiu em cinco etapas:

- 1) Revisão bibliográfica.
- 2) Inserção do pesquisador no App.
- 3) Aplicação do questionário on-line com 26 perguntas, elaborado através do *Google Forms*.
- 4) Entrevistas em profundidade.
- 5) Análise do Discurso, a partir da Escola Francesa de Michel Pêcheux.

#### **4.1. Discussões dos caminhos metodológicos – Questionários, Entrevistas e Análise do Discurso**

O primeiro passo metodológico consiste na revisão bibliográfica, fazendo buscas no Banco de Teses e Dissertações da CAPES, bem como em periódicos de revistas da comunicação, educação e Geografia. Compreendemos estes movimentos para a fundamentação da pesquisa, por entender que diariamente novos estudos são publicados, assim, mantemos a pesquisa em questão atualizada.

O segundo momento da metodologia consiste na inserção do pesquisador no aplicativo Tinder, considerado um momento importante da pesquisa, é a partir deste contato com o espaço que entendemos o universo de sujeitos que lá se encontravam. Além disso, esta etapa metodológica se tornou relevante para pensar na elaboração do questionário semiestruturado.

O terceiro momento é a elaboração e aplicação de um questionário semiestruturado (GIL, 1999) criado *on-line* pelo *Google Forms*, a fim de caracterizar o universo de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no aplicativo Tinder. Esse instrumento consistiu em questões abertas, fechadas e de múltipla escolha (equivale a perguntas fechadas, mas que, no entanto, apresentam mais que duas respostas). O questionário, segundo Gil (1999), pode ser definido

[...]como um instrumento composto por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc. (GIL, 1999, p.128).

Sendo assim, utilizamos o questionário para caracterizar o grupo de usuários sobre o qual buscamos compreender o contexto pessoal e as motivações que levam seus componentes a utilizar o espaço virtual como espaço de sociabilização. Cabe destacar que, diferente da aplicação de um questionário cara a cara, o *on-line* não permite ao pesquisador perceber o sujeito entrevistado na sua totalidade, como, por exemplo, suas expressões faciais.

Por outro lado, nos últimos anos, os questionários *on-line* têm se tornado uma ferramenta útil nas pesquisas em ciências humanas, nas quais se pretende ampliar o campo de investigação. O escape dos meios tradicionais de fazer a produção dos dados nos possibilita uma maior interação com os sujeitos, acompanhando as tendências tecnológicas do século XXI, bem como a dinâmica dos entrevistados. Assim, viabiliza que estes possam responder pelo celular, no caminho para o trabalho, para a faculdade ou em algum momento de descanso. Além de permitir realizar pequenas correções ao longo da aplicação dos questionários, sem que altere as respostas.

O quarto caminho metodológico, são as entrevistas em profundidade, estas se configuram neste momento, como instrumentos metodológicos que auxiliarão, junto ao questionário, a atingir os objetivos da pesquisa e responder a problemática. Pensamos nas entrevistas como o encontro entre duas pessoas entrevistador e entrevistado, onde se estabelecerá um diálogo com finalidade específica. Segundo Silveira (2002) as entrevistas se configuram como “um instrumento largamente usado nas pesquisas em Ciências Humanas e, em especial, de educação, ela frequentemente é tomada como uma simples técnica a ser dominada...” (p. 119).

As entrevistas nos permitem maior liberdade para lidar com os sujeitos entrevistados, tomando esse momento como importante para o pesquisador. É necessária cautela, pois se trata de ocasião atípica ao participante da pesquisa. Essa situação requer habilidades talvez não desenvolvidas pelo entrevistador, uma vez que pensamos que cada sujeito é único e produzirá seu discurso através de um emaranhado de atravessamento, sentimentos e interpelações. Para Silveira (2002),

o registro sonoro da conversa, então, se torna o documento, o registro fiel, a fonte de dados, o material a ser descrito, analisado, categorizado. Os outros registros – os olhares, os sorrisos, as mãos que se movimentam, as expectativas e desconfortos, o travo da voz, o leve nervosismo...- não mais existem. Enfim, ali está, para dissecação acadêmica, a entrevista” (SILVEIRA, 2002, p. 119).



Silveira (2002) é minuciosa ao falar sobre a entrevista como instrumento de produção dos dados. Utilizo produção ao invés de coleta por entender que esses dados são produtos de uma construção entre o entrevistador e o entrevistado, compreendendo que o momento é coletivo e não somente de uma única pessoa. Uma vez que “o que o entrevistador mais teme sejam os silêncios, as fugas ao assunto...” (p.127).

Para a autora, também existem os atravessamentos do pesquisador, a insegurança do que fazer com os dados, de analisar sem manipular outras respostas. Ainda, é relevante “olhar as entrevistas como eventos discursivos complexos, forjados não só pela dupla entrevistador/entrevistado, mas também pelas imagens, representações...” (SILVEIRA, 2002, p. 120).

Todavia, as entrevistas em profundidade, a qual utilizamos, configuram-se como dispositivos metodológicos que permitem ao pesquisador um contato mais próximo com seu sujeito de pesquisa de tal forma que este adquira certa confiança. A opção por esse tipo de entrevista se deve ao fato de que por meio dela existe uma melhor maleabilidade com o entrevistado, um aprofundamento sobre aquilo que se busca saber e uma maior tranquilidade para o sujeito se expressar. Segundo Taylor e Bogdan (1987), as entrevistas em profundidade são

métodos de pesquisa qualitativa, onde existem encontros presenciais entre o pesquisador e os informantes, reuniões que visam compreender as perspectivas ou situações expressas em suas próprias palavras. Entrevistas em profundidade seguem o modelo de uma conversa entre iguais e não uma troca formal de perguntas e respostas. Longe de se assemelhar a um robô de coleta de dados, o próprio pesquisador é o instrumento da investigação, e não é um protocolo ou formulário de entrevista. O seu papel não envolve apenas obter respostas, mas também aprender quais perguntas fazer e como fazê-las (TAYLOR e BOGDAN, 1987, p. 101, Tradução nossa)

Segundo os autores, existem três tipos de entrevistas em profundidade: história de vida; entrevistas nas quais o foco é aprender sobre eventos e atividades que não podem ser observados diretamente; e aquelas que tem por finalidade pesquisar um quadro amplo de diferentes pessoas e situações. A aprendizagem é algo importante para o processo das entrevistas em

profundidade, pois é necessário compreender os atravessamentos dos entrevistados (TAYLOR e BOGDAN, 1987).

Para que consigamos atingir os objetivos das entrevistas em profundidade, é importante deixar o sujeito à vontade, permitir que ele fale, prestar atenção no todo, desde o verbal ao gestual. E ser sensível a ponto de perceber que determinadas perguntas podem e vão afetar os sujeitos da pesquisa (TAYLOR e BOGDAN, 1987). A interação é importante para o aprofundamento das entrevistas, uma vez que buscamos ir mais além do que respostas duras e secas. É a partir do princípio da interatividade que o pesquisador produzirá os dados, mesmo sabendo que posterior a essa fase “os relerá e os reconstruirá, e eles trazendo outros sentidos” (SILVEIRA, 2002, p. 140).

No quinto caminho metodológico para a análise dos dados produzidos, nos apropriamos da Análise de Discurso (AD), por entender que por meio dela conseguimos analisar os discursos dos participantes levando em consideração toda a capacidade de argumentação sobre o nosso objeto de pesquisa. A AD carrega a ruptura a partir da sua entrada nas epistemologias das ciências sociais, surgindo no campo das ciências humanas e da filosofia. Para Orlandi,

a Análise Discurso, como o seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando. Na análise de discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social, constitutivo do homem e da sua história (ORLANDI, 2013, p.15).

A partir da AD, compreendemos o que tem por trás daquilo que é falado, ou seja, perceberemos os sujeitos “despidos”, não importando a língua fechada, como afirma Orlandi (2013), mas sim a dimensão do homem e da mulher no contexto social em que estão postos. Com isso, a AD nos dá liberdade para analisar aquilo que foi dito em determinado espaço e aquilo que não foi dito e, por consequência, poderia ser verbalizado em outros espaços. Segundo a autora,

se espera do dispositivo do analista é que ela lhe permita trabalhar não numa posição neutra mas que seja relativizada em face da interpretação: é preciso que ele atravesse o efeito de transparência da linguagem, da literalidade do sentido e da onipotência do sujeito. Esse dispositivo vai assim investir na opacidade da linguagem, no descentramento do sujeito e no efeito metafórico, isto é, no equívoco, na falha e na materialidade (ORLANDI, 2013, p. 61).

Sendo assim, a Análise de Discurso não procura o significado do conteúdo, mas os sentidos em sua materialidade linguística e histórica. Em AD, nos preocupamos com a significação por trás daquilo verbalizado, percebendo a linguagem como algo não transparente, carregada de processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação e construção da realidade (ORLANDI, 2013).

Diante disso, utilizamos a Análise do Discurso da Escola Francesa de Michel Pêcheux como um dispositivo de análise das narrativas advindas das entrevistas em profundidade. Num primeiro momento, é importante salientar de que discurso estamos falando, compreendendo estes como materialidades históricas, identidades dos sujeitos que estão atravessados por um aparato ideológico.

Esse aparato será compreendido como a posição que o sujeito assume, entendendo que todo dizer é ideologicamente marcado (ORLANDI, 2013). O discurso aqui será exercido como prática social, não existindo um regime de verdade, mas sim uma maneira de pensar o modo como verdades (no plural) são produzidas e desconstruídas no tempo e no espaço (FOUCAULT, 2008).

É importante salientar que, tanto em Foucault (2008) quanto em Pêcheux (2006), o discurso provém de uma relação de assujeitamento, não importando o conteúdo, mas sim a forma. Quem fala? De onde fala? Porque fala? Para quem fala? Observa-se a posição do sujeito enquanto aquele que fala, que produz uma materialidade discursiva (PÊCHEUX, 2006).

Em Pêcheux (2006), as diversas formas onde há o apagamento do agente induz múltiplos entendimentos discursivos. Para o autor, as formações discursivas vão além dos limites linguísticos, uma vez existem limitações linguísticas como a semântica e a sintaxe que não dariam conta de explicar o

discurso. Para Pêcheux, as interpelações históricas, políticas e sociais, além da interação com o meio, são o que produz no sujeito o seu discurso. Ainda, Pêcheux (2006) afirma que a negação de categorizações lógicas de nada serve, uma vez que a própria fronteira coincide “com a construção de laços de dependência face às múltiplas coisas-a-saber, consideradas como reservas de conhecimento acumulada” (p. 34).

Com isso, interpelado pelas ideias de Saussure, Pêcheux (2006) propõem

novas práticas de leituras (sintomáticas, arqueológicas, etc...) aplicadas aos monumentos textuais, e de início aos Grandes Textos, surgiram desse movimento: o princípio dessas leituras consiste, como se sabe, em multiplicar as relações entre o que é dito aqui (em tal lugar), e dito assim e não de outro jeito, com o que é dito em outro lugar e de outro modo, a fim de se colocar em posição de “entender” a presença de não-ditos no interior do que é dito (PÊCHEUX, 2006, p. 44).

Para Pêcheux (2006), trabalhar com “as materialidades discursivas implicadas em rituais ideológicos, nos discursos filosóficos, em enunciados políticos (...) através da sua relação com o cotidiano” só é possível se houver um distanciamento de qualquer “ciência régia” (p. 49). Segundo o autor, o distanciamento teria três exigências fundamentais:

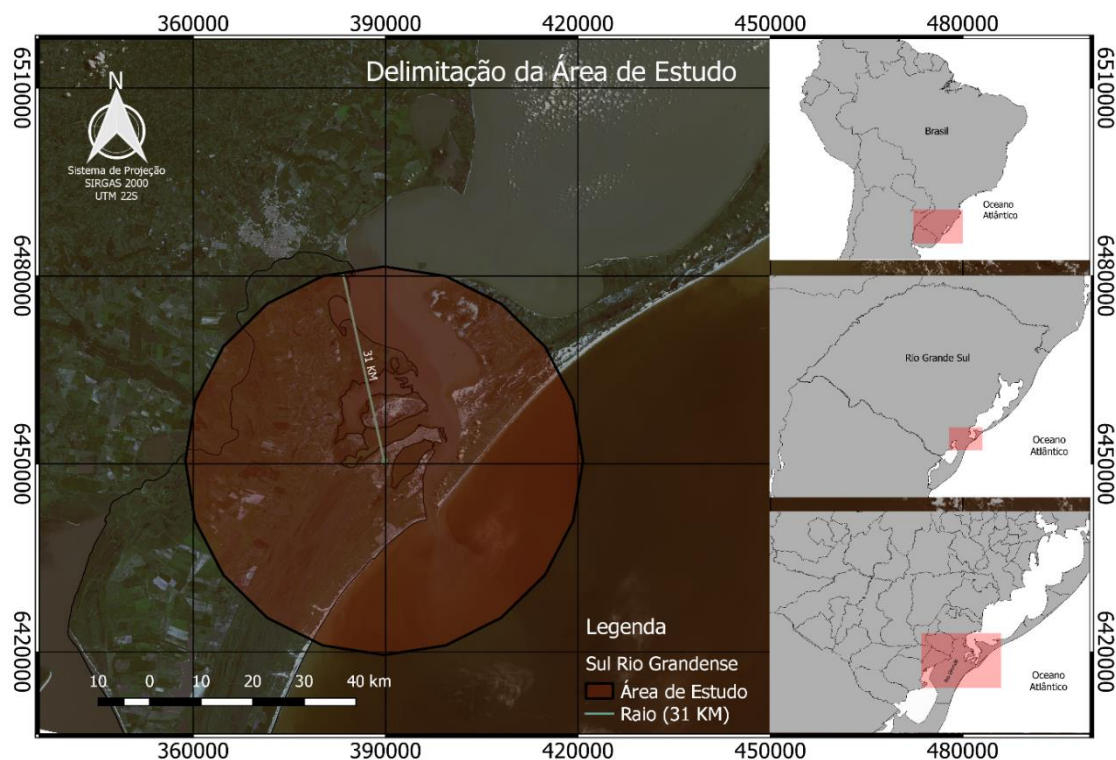
1 – A primeira exigência consiste em dar o primado aos gestos de descrição das materialidades discursivas; 2 – Toda descrição está intrinsecamente exposta ao equívoco da língua: todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro; 3 – A discursividade como estrutura ou como acontecimento, o gesto que consiste em inscrever tal discurso dado em tal série, a incorporá-lo a um “corpus”, corre sempre o risco de absorver o acontecimento desse discurso na estrutura da série na medida em que esta tende a funcionar como transcendental histórico, grade de leitura ou memória antecipador do discurso em questão (PÊCHEUX, 2006, p. 50-56).

Isso significa que qualquer ciência que aprisione o discurso, a ponto de se preocupar apenas com o conteúdo e a exatidão daquilo que é falado, produzirá um discurso fechado. A AD busca, portanto, fugir do aprisionamento do discurso, para além das ciências fechadas.

## 4.2. Sobre o objeto de pesquisa ... TINDER e a ÁREA DE ESTUDO

Aqui nos detemos em falar sobre o objeto de pesquisa, trazendo as nossas caracterizações já realizadas sobre o App Tinder no município de Rio Grande – RS. Localizado no extremo sul do Estado do Rio Grande do Sul a 32°2’06” de Latitude Sul e 52°5’56” de Longitude Oeste. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), descreve uma população estimada em 2017 de 209.378 habitantes. O recorte espacial da pesquisa é delimitado a partir de um raio de 31 km, usando como ponto de referência a Universidade Federal do Rio Grande – FURG. O ponto de partida da pesquisa encontra-se situado no primeiro distrito do município, dos cinco que possui, conforme mostramos no mapa 1.

**MAPA 1:** Delimitação da área de estudo.



Fonte: Sistema de Projeção Sirgas 2000. Elaborado por Ítalo Seilhe Reis, 2018.

Lançado em 2012 nos Estados Unidos e chegando no Brasil no ano de 2013, o Tinder surge em um contexto no qual a emergência dos aplicativos era esperada. Desde o surgimento do primeiro App de “pegação” chamado *Grindr*

(voltado para o público gay), o Tinder aparece como algo novo a ser utilizado por todos os públicos, sem restrições.

O Aplicativo é fácil de ser manuseado, com a opção de conectá-lo a uma conta de *Facebook* ou utilizá-lo a partir do número do celular. Na sequência, a configuração é basicamente a mesma de outros aplicativos, é definido o sexo<sup>20</sup> e o que o usuário/a procura (homens ou mulheres), bem como o raio de utilização que vai até 161 km. Há a opção de colocar seis fotos no perfil, bem como é possível escrever sobre si em até 500 caracteres. Além disso, é possível acrescentar ocupação, escolaridade e parear o aplicativo com o *Spotify* (aplicativo de música). O App estabelece como idade mínima 18 anos para inserção na plataforma móvel, além de possuir duas versões, a gratuita (com alguns recursos limitados) e a versão paga com recursos ilimitados, como por exemplo a quantidade de *likes* por pessoas.

O *layout* é caracterizado por um símbolo de uma chama de fogo e os recursos de “X” e coração são determinantes para estabelecer um diálogo. O “X” determina que o/a usuário/a não gostou da foto/pessoa que aparece na tela (a pessoa não saberá disso) e o coração sinaliza que gostou do outro/a usuário/a – porém, a pessoa só saberá que “ganhou um coração” se esta também gostar do usuário que o enviou. Quando ambos enviam corações, acontece a “combinação” ou “*It’s a Match*”, aí você tem a possibilidade de iniciar a conversa.

A delimitação de 31 km se dá por entender que, a partir desse raio, seria viável compreender a maior parcela do município. Salientamos ainda que a delimitação do raio abrangeu parte do município de São José do Norte. No entanto, destacamos que isso não implica no estudo, uma vez que, dos 154 questionários respondidos, apenas quatro estão nesse município, mas são trabalhadores em Rio Grande – a migração pendular é uma característica presente entre os dois municípios.

---

<sup>20</sup> No Brasil, utiliza-se a expressão sexo, mas em países como Estados Unidos, Espanha, França e Alemanha existe um botão para seleção de gênero e transgênero.

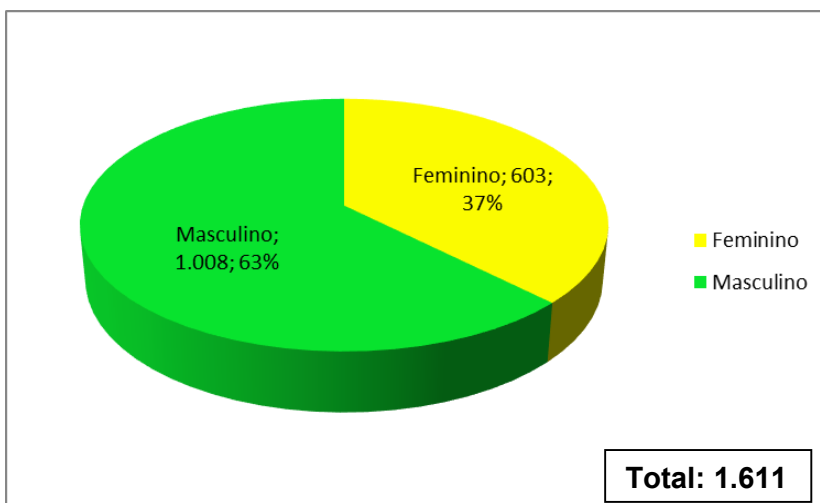
## 5. DESCRIÇÃO DOS DADOS PRODUZIDOS A PARTIR DOS QUESTIONÁRIOS ON-LINE

Os questionários on-line foram realizados entre os dias 19 de fevereiro e 1º de março de 2018, com usuários homens que buscavam parceiros do mesmo sexo e que se encontravam no aplicativo Tinder. O período escolhido é referente ao fim da temporada de verão no município, ou seja, a oscilação de possíveis turistas no App e o início do período letivo da Universidade Federal do Rio Grande.

A produção dos dados se deu a partir de um questionário *on-line*, elaborado através do *Google Forms*, com perguntas abertas, fechadas e de múltipla escolha. Os usuários foram orientados sobre o objetivo da pesquisa e sob o comprometimento de garantir o seu anonimato. Foi realizada uma contagem, nesse período, dos homens que buscavam parceiros do mesmo sexo, chegando a um **total de 277**.

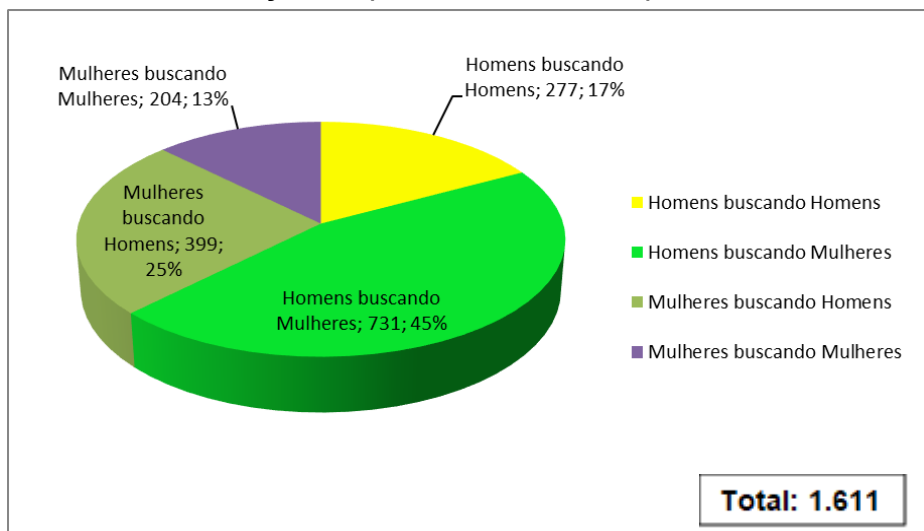
O questionário foi enviado por meio do aplicativo Tinder para **170 usuários**, sendo que **154 o responderam**. A diferença no total de usuários e o total de questionários enviados e respondidos se dá pela limitação do pesquisador e a fluidez do aplicativo. O raio escolhido foi de 31 km a partir da Universidade Federal do Rio Grande – FURG. Iniciamos essa parte com a quantificação do todo, realizada em 19 de fevereiro de 2018, a partir da inserção do pesquisador no aplicativo, até chegar no recorte da pesquisa, que são os homens que buscam parceiros do mesmo sexo.

No gráfico 1, o objetivo é apresentar, **aproximadamente**, o número de usuários/as que se encontravam no aplicativo. O uso de “aproximadamente” se dá devido à fluidez do aplicativo e à dinâmica do público que se encontra nele. Ao analisar o gráfico, notamos que 63%, correspondendo a 1.008 pessoas, são do sexo masculino. E 37%, o que representa 603 pessoas, são do sexo feminino. Totalizando, assim, aproximadamente, 1.611 usuários/as que se encontravam no aplicativo no dia mencionado.

**GRÁFICO 1:** Total de usuários/as presentes no aplicativo Tinder.

Fonte: Aplicativo Tinder. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 2, quantificamos os diferentes públicos que estão no espaço do aplicativo buscando pessoas de um modo geral. Utilizamos o termo “buscar” por não nos preocuparmos, nesse primeiro passo da pesquisa, com a orientação sexual dos usuários, mas sim em quantificar o que buscam naquele momento. Homens buscando homens somam 277, homens buscando mulheres 731, mulheres buscando homens 399, mulheres buscando mulheres 204. Partindo desse ponto, nos deteremos no recorte da pesquisa, que são os homens que buscam homens. As caracterizações a seguir são definidas a partir desse público.

**GRÁFICO 2:** Relação de pessoas buscando pessoas.

Fonte: Aplicativo Tinder. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

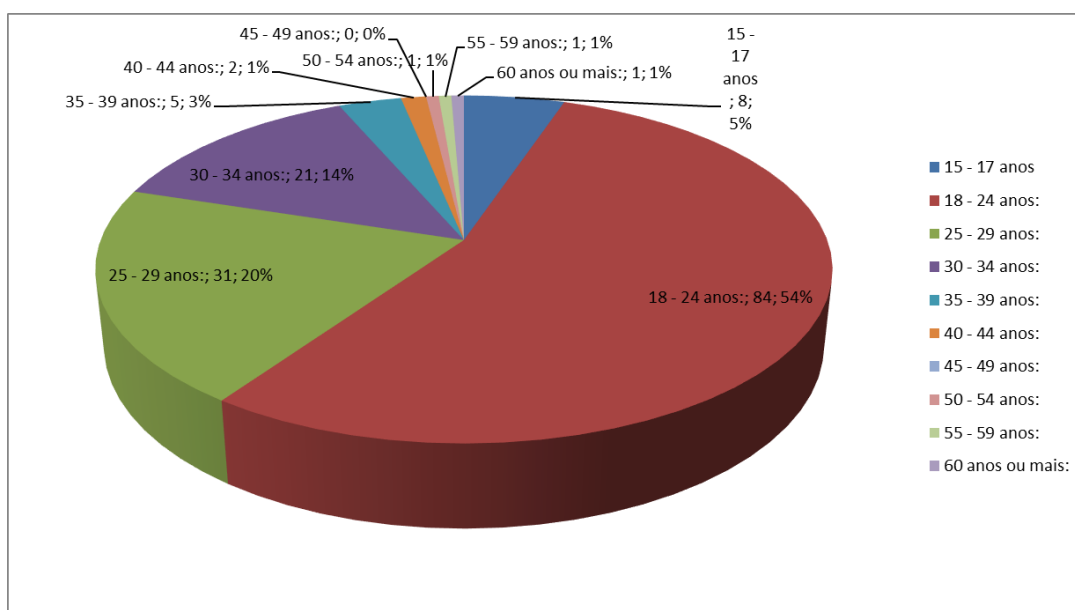


No gráfico 3, estabelecemos a idade como primeira pergunta do questionário, sendo uma questão aberta. Com base nas respostas, compilamos em faixas etárias. A idade mínima desse ponto foi delimitada a partir do usuário mais novo a responder o questionário. As outras faixas de idade foram estabelecidas através de pirâmides etárias do IBGE (2010).

Na análise do gráfico, percebemos que o maior público está concentrado entre 15 e 24 anos, totalizando 92 usuários, correspondendo a 59% das respostas. Esse primeiro olhar nos remete a uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) em 2016, a qual aponta que a maior parte dos usuários do aplicativo Tinder no Brasil estão entre 16 e 24 anos, corroborando com os dados no gráfico 3.

Nas faixas entre 25-29 anos, 31 responderam o questionário, de 30-34 anos foram 21 respostas, 35-39 anos, cinco usuários responderam. Entre 40-44 anos, duas respostas; entre 45-49 anos, nenhum usuário; 50-54 anos, obtivemos uma resposta; 55-59 anos, um usuário; e de 60 anos ou mais, uma resposta. Percebemos que o público acima de 40 anos de idade não é predominante nesse espaço virtual no raio de 31 km no município do Rio Grande.

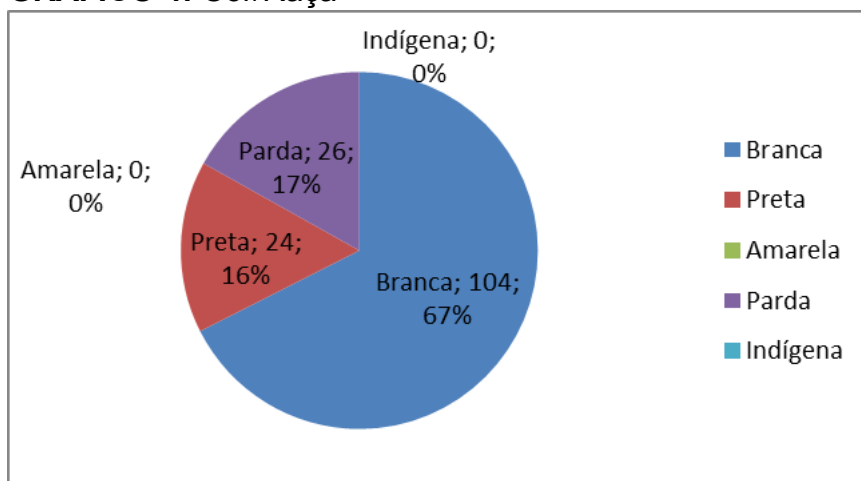
**GRÁFICO 3:** Faixa etária.



Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 4, apresentamos a cor/raça dos usuários, sendo uma pergunta fechada, já estabelecida a partir do IBGE. Apontamos como prévia as opções: branca; preta; amarela; parda e indígena. Dos 154 usuários, 104 se autodeclararam brancos, correspondendo 67% – a maior fatia do gráfico, 24 pretos, 26 pardos, as opções amarelos e indígenas não apresentaram nenhuma resposta.

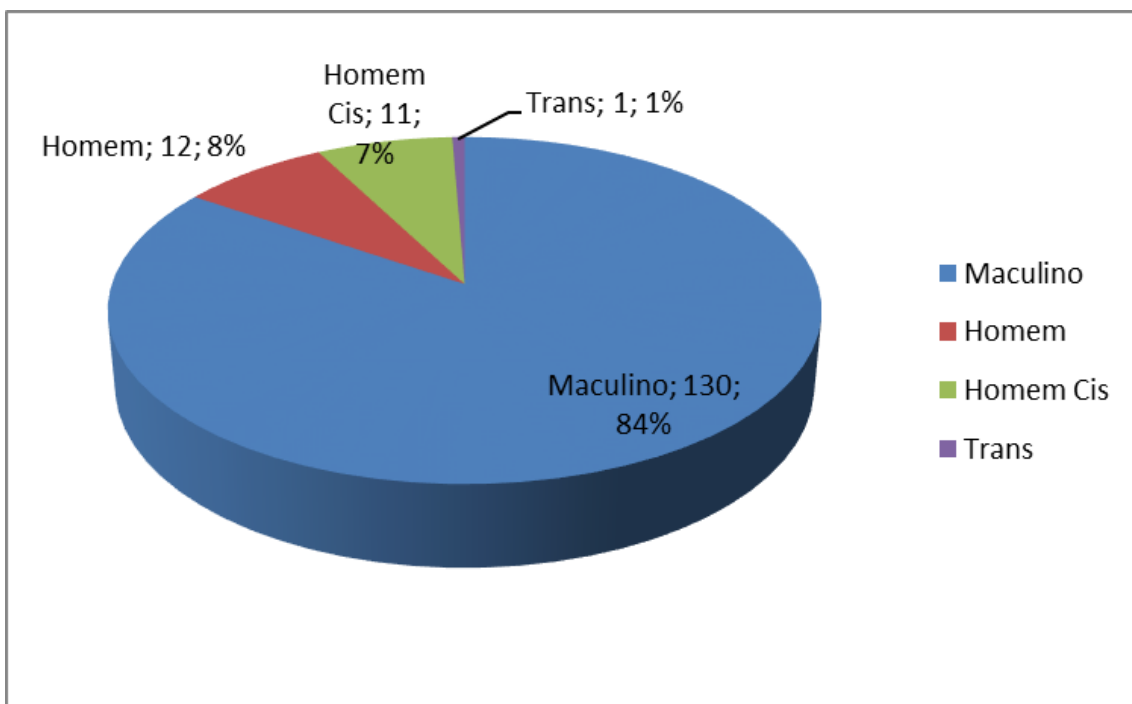
**GRÁFICO 4: Cor/Raça**



Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

O gráfico 5, refere-se a uma questão aberta – optamos por deixá-la assim para dar maior liberdade aos usuários em expressar, uma vez que se trata do seu gênero. Apareceram as seguintes respostas: masculino, homem, homem cis, trans. Com isso, compilamos as respostas para dar unidade a esse quesito. A maior parcela está na resposta masculino, com 130 usuários correspondendo a 84% do total de questionários respondidos. Já usuários que disseram que se identificaram como homem são 12 e homem cis 11.

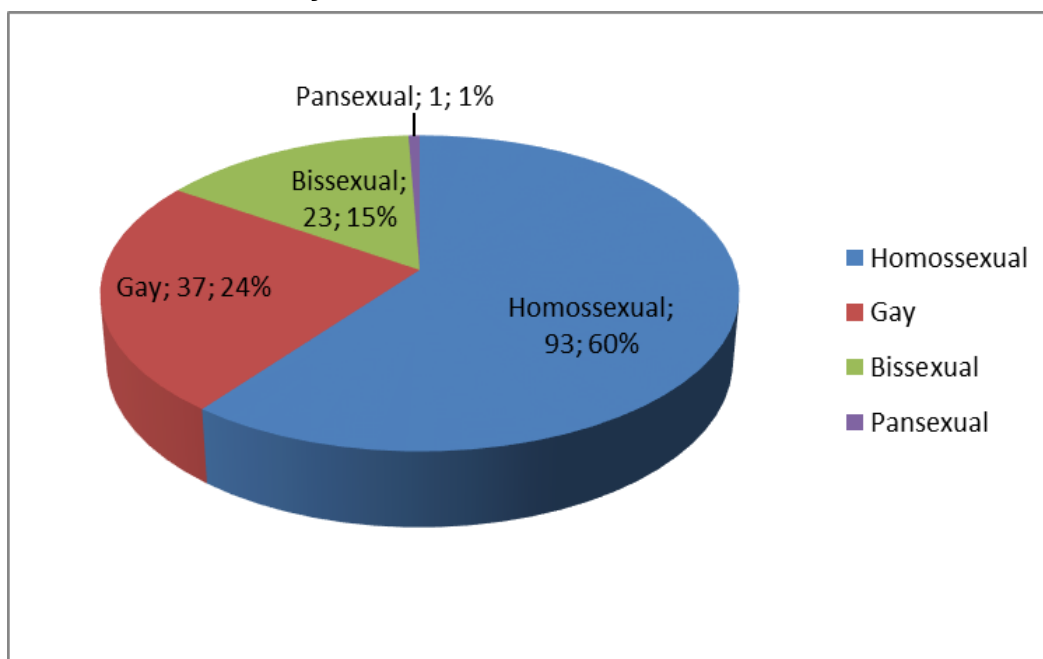
O público trans, que aparece no gráfico representado por uma única resposta, nos leva a pensar na segregação desse espaço para as diferentes identidades. Num primeiro momento, as respostas Homem e Homem Cis nos levam a pensar que existe um marcador de masculinidade em 23 respostas, por se identificarem e se apresentarem como homens nesse momento da pesquisa.

**GRÁFICO 5: Gênero**

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 6, apresentamos respostas de uma questão aberta, a deixamos em aberto para que os usuários se expressassem conforme as suas identidades. Optamos por utilizar orientação sexual e não identidade sexual, por entender que, para esse momento da pesquisa, o termo orientação seria o mais adequado, visando uma aproximação dos usuários com a significação da palavra.

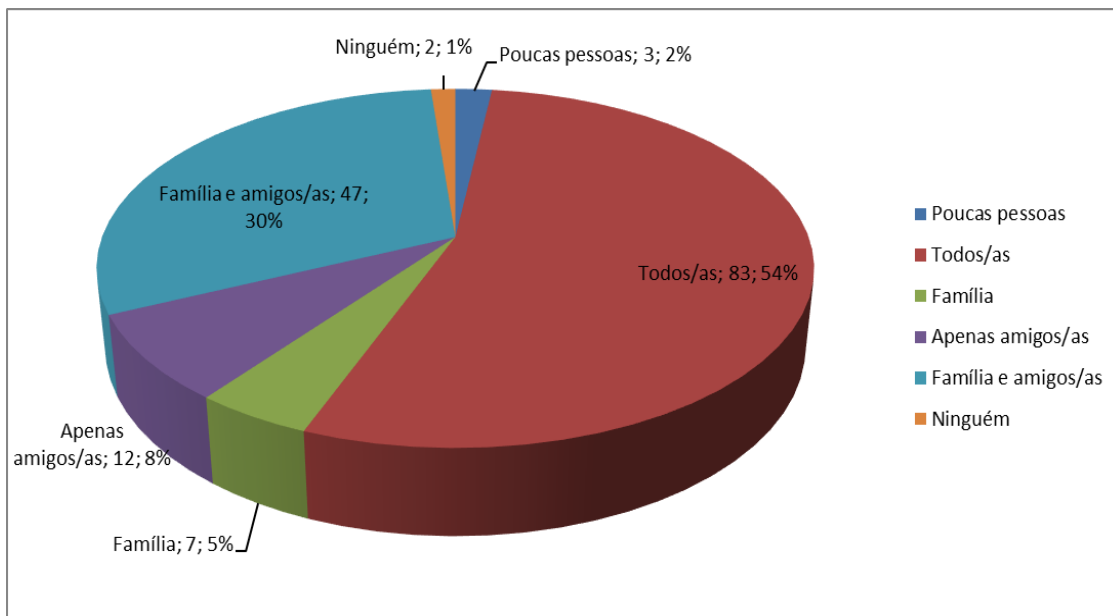
Com isso, as respostas foram compiladas e apresentadas como aparecem nos questionários. Percebemos que 60% dos usuários que responderam o questionário dizem que sua orientação é homossexual, um total de 93 pessoas. 24% diz que sua orientação é gay, 37 pessoas. Ainda, 15% diz ser bissexual, totalizando 23 pessoas; e um diz ser pansexual, correspondendo um total de 1%.

**GRÁFICO 6:** Orientação sexual

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 7, as respostas foram compiladas conforme a predominância do que aparecia nelas e se repetiam em outras respostas. Ao analisar o gráfico identificamos que três usuários dizem que poucas pessoas sabem da sua orientação sexual, correspondendo a 2% do total. A maior fatia do gráfico, 54%, correspondente a 83 usuários, dizem que todos/as sabem; 5% respondem que a família sabe, referente a sete respostas dessa fatia. Ainda, 8% dizem que apenas amigos/as sabem da sua orientação, sendo um total de 12 respostas.

Na segunda maior fatia do gráfico, com 30% representando 47 respostas, encontramos os usuários que relataram que família e amigos/as sabem da sua orientação sexual, e apenas 1% diz que ninguém sabe deles, um total de duas respostas. Percebemos que, se somarmos as duas maiores fatias, “todos/as” e “família e amigos/as” totaliza 84%, o que nos indica que os usuários entrevistados, em sua maioria, lidam de forma aberta com a sua orientação sexual.

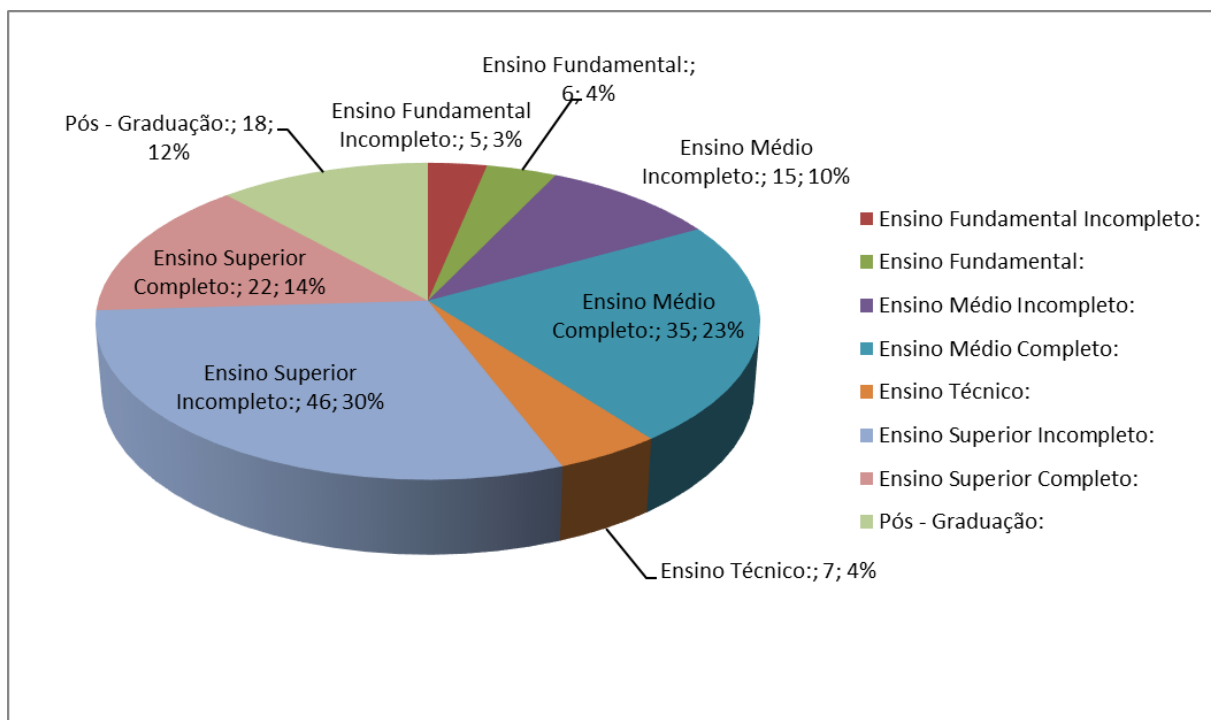
**GRÁFICO 7:** Quem sabe sobre a orientação sexual.

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

O gráfico 8 refere-se à escolaridade dos usuários, investigando desde a educação básica até a pós-graduação. A partir dessas considerações, as respostas prévias foram: Ensino Fundamental Incompleto; Ensino Fundamental Completo; Ensino Médio Incompleto; Ensino Médio Completo; Ensino Técnico; Ensino Superior Incompleto; Ensino Superior Completo e Pós-graduação.

Cinco usuários possuem ensino fundamental incompleto, seis possuem ensino fundamental completo, 15 têm ensino médio incompleto e 35 possuem ensino médio completo. Sete disseram possuir ensino técnico, 46 possuem ensino superior incompleto, 22 dizem ter ensino superior completo e 18 pós-graduação.

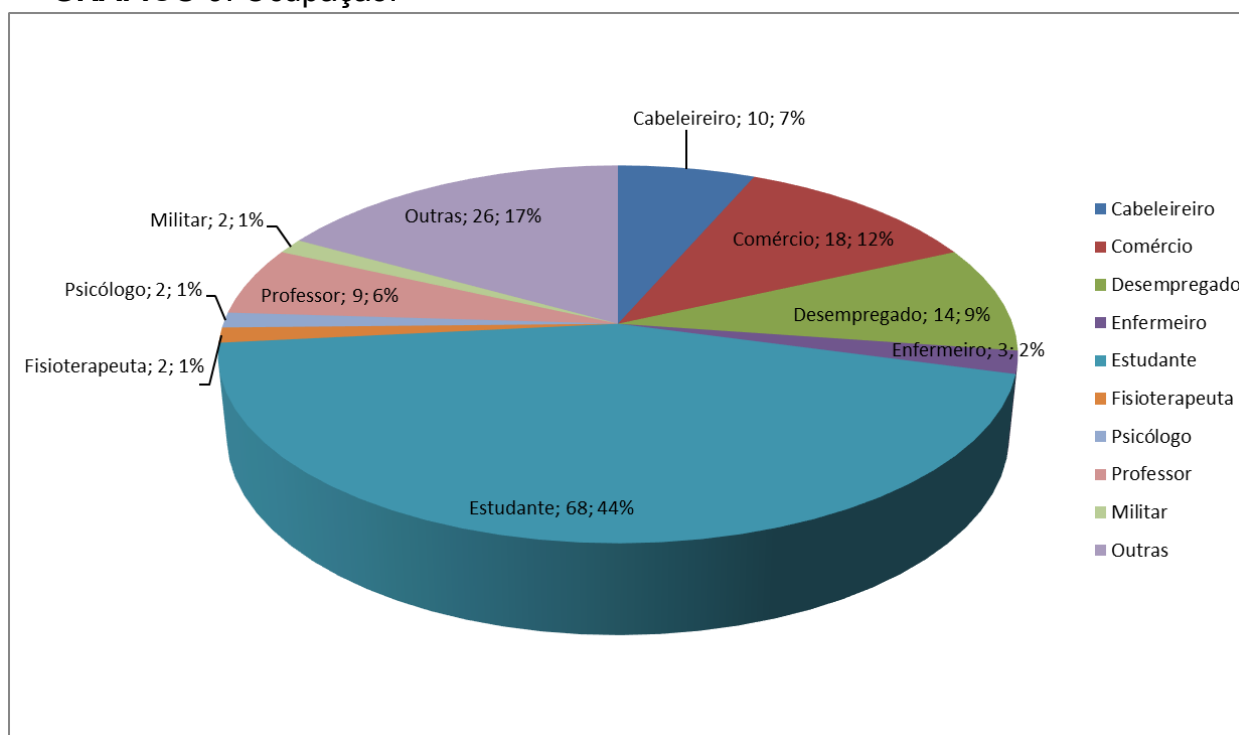
Ao analisar o gráfico, se forem somadas as respostas referentes ao “Ensino Superior Incompleto, Ensino Superior Completo e Pós-Graduação”, temos um total de 56% indicando a maior fatia da amostra. Isso corresponde a um público acadêmico que, a partir dos nossos pressupostos, também frequenta outros espaços de sociabilidade que não seja o virtual.

**GRÁFICO 8: Escolaridade**

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

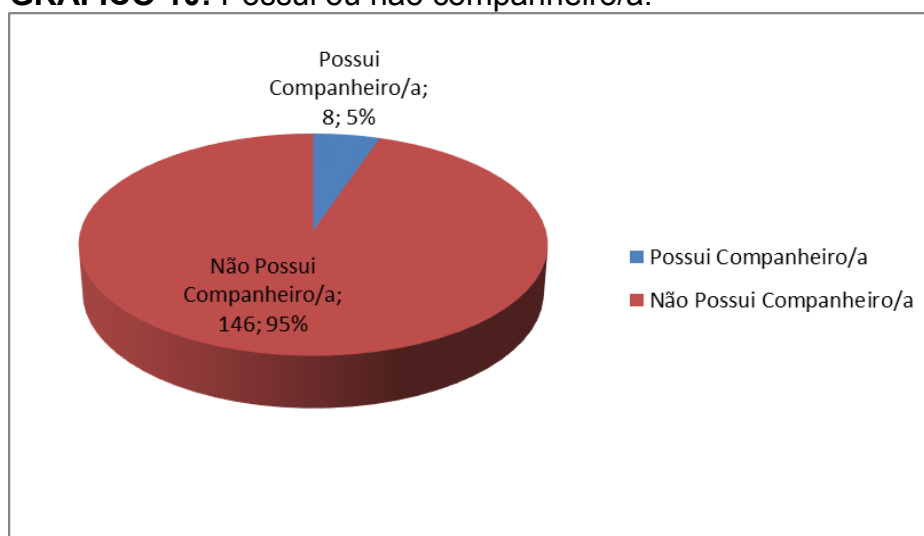
No gráfico 9, estão representadas as respostas referentes às ocupações dos usuários. Assim, as agrupamos conforme aquilo que os usuários responderam como ocupações. Salientamos que essa era uma questão aberta, com isso, optamos por fazer grupos de, no mínimo, duas pessoas, as demais ocupações entraram na fatia “outras”. Sendo assim, apontamos que 7% dos usuários são cabeleireiros, correspondendo a dez deles. Os trabalhadores do comércio totalizam 12%, equivalente a 18 respostas, desempregados somam 9%, um total de 14 usuários, e 2% dizem ser enfermeiro, representando 3 pessoas.

Além desses, 44% referem que sua ocupação é estudante, a maior fatia do gráfico, correspondendo a 68 usuários; 1% diz ser fisioterapeuta, 1% psicólogo e 1% militar, totalizando 2 usuários para cada ocupação. Destacamos que na fatia “outras”, encontram-se ocupações como engenheiro, farmacêutico, maquiador, consultor, agente comunitário de saúde, barbeiro, auxiliar de escritório e autônomos.

**GRÁFICO 9: Ocupação.**

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

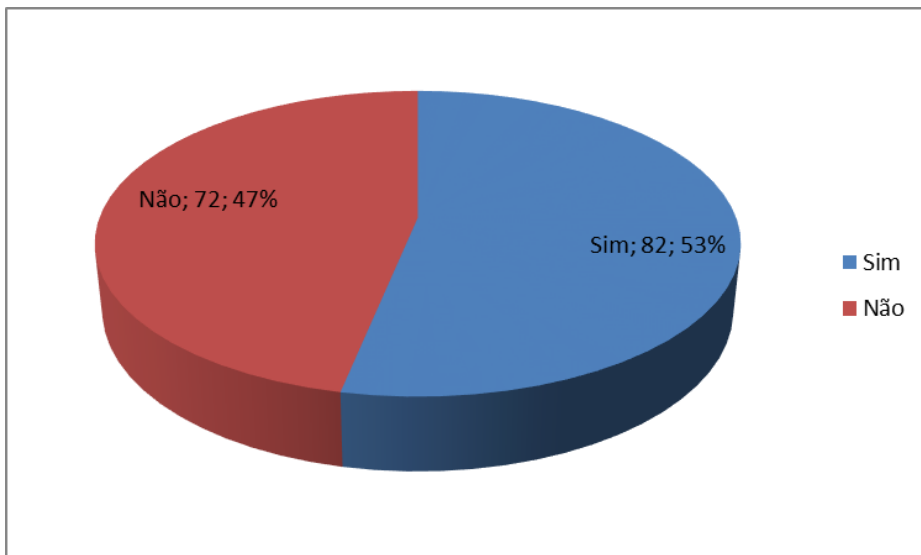
No gráfico 10, apresentamos os usuários que possuem ou não companheiros/as: 95% dos usuários relataram não possuir companheiros/as, um total de 146 respostas, e 5% disseram que possuem companheiro/a, o que corresponde a oito pessoas do total.

**GRÁFICO 10: Possui ou não companheiro/a.**

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 11, a partir de uma pergunta fechada, indagamos os entrevistados sobre possuir ou não algum tipo de religião, 53% responderam que sim, um total de 82 respostas, e 47% disseram que não, correspondendo a 72 respostas.

**GRÁFICO 11:** Religião

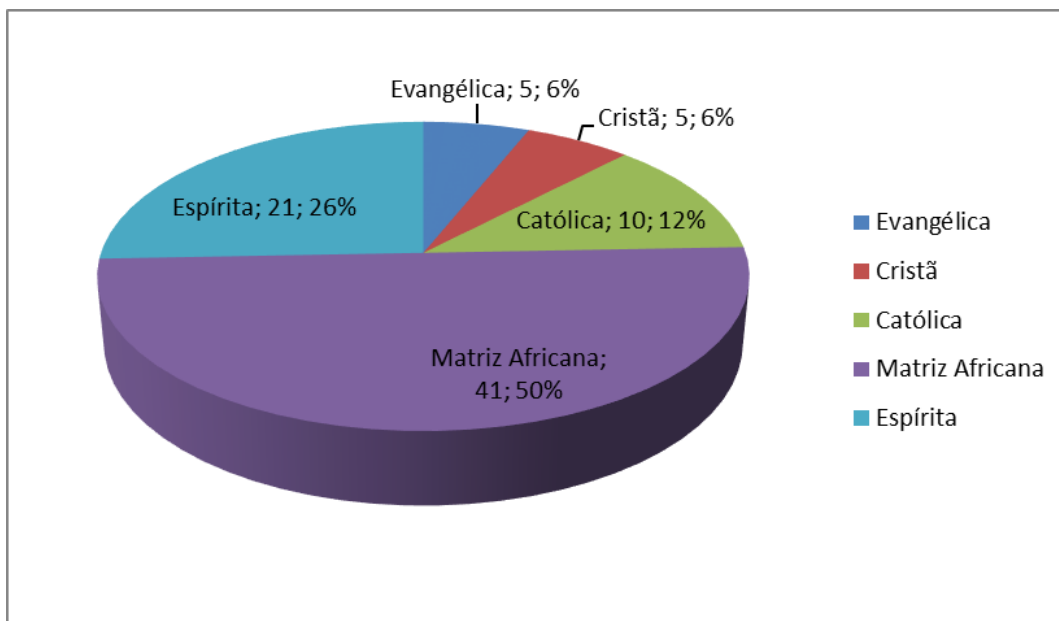


Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

Na questão referente ao gráfico 12, trabalhamos com um total de 82 respostas, abrangendo aqueles que disseram possuir alguma religião. Essa pergunta é aberta, e só era necessário responder caso a resposta fosse afirmativa na questão sobre religiosidade.

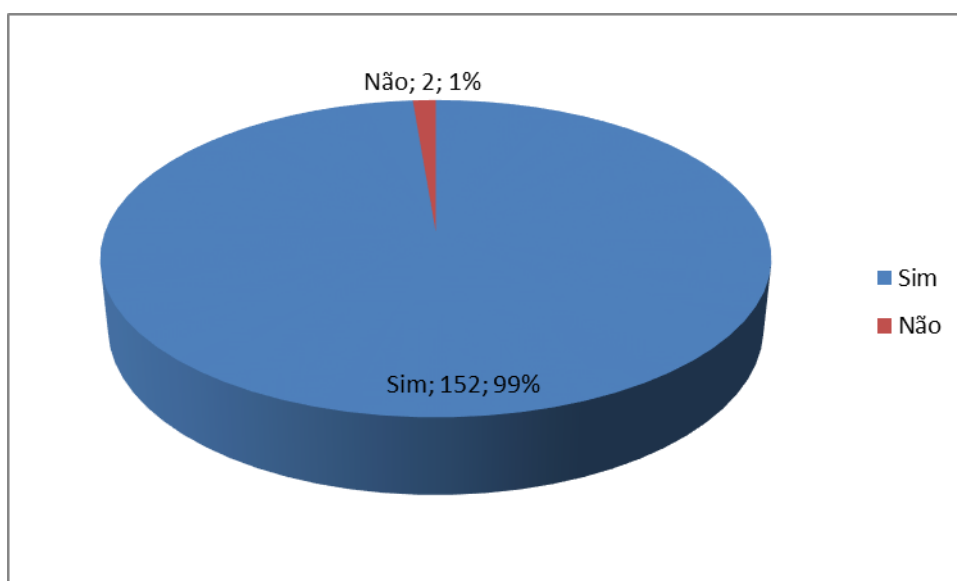
A partir das 82 respostas, notamos que 6% disseram ser evangélicos, correspondendo a cinco respostas; 6% afirmaram serem cristãos, também um total de cinco respostas; 12% eram católicos, equivalente a dez usuários. Ainda, a maior fatia do gráfico, 50%, representando 41 respostas, alegou ser oriunda de religiões de matriz africana. E 26% disseram serem espíritas, um total de 21 respostas. Salientamos que nenhum dos usuários relatou praticar ou não os tipos de religiosidades apresentadas.



**GRÁFICO 12:** Tipo de religiosidade.

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 13, produzido por meio de uma questão fechada, indagamos os usuários sobre possuírem filhos/as ou não. Percebemos que a maior fatia, 99%, diz não possuir filhos, referente a 152 respostas. Apenas 1% relata possuir filhos/as, indicando dois usuários.

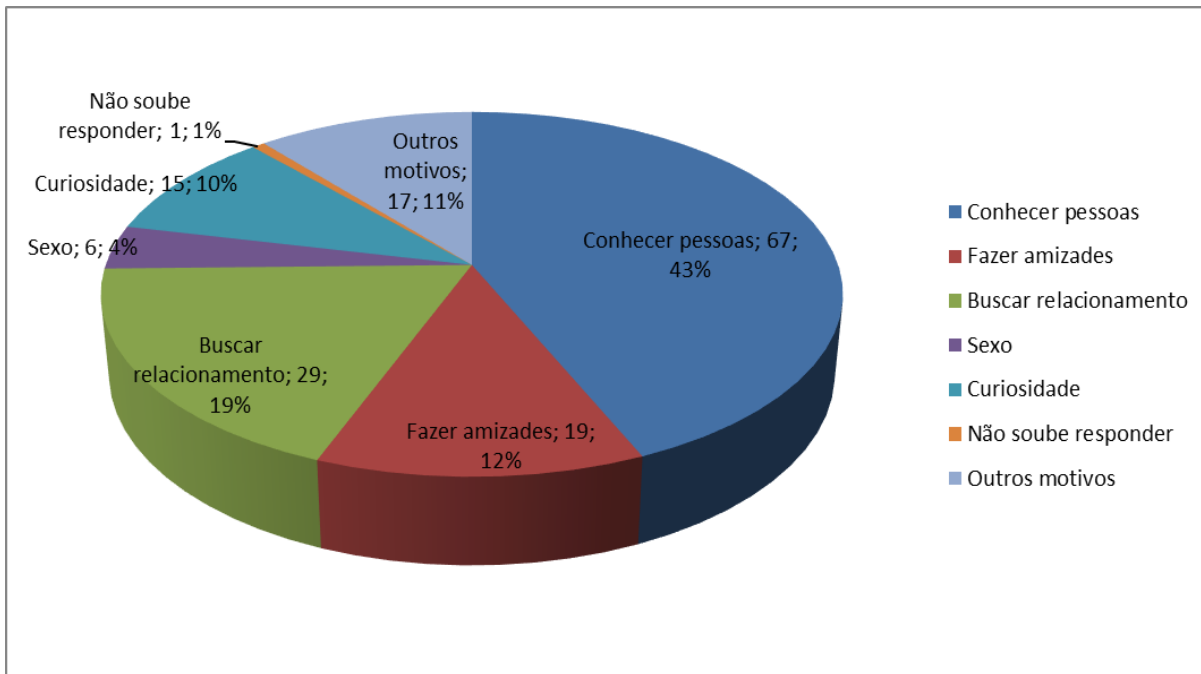
**GRÁFICO 13:** Se possui filhos/as.

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

A questão que gerou o gráfico 14 é referente ao que levou os usuários a criarem um perfil no aplicativo Tinder. Essa pergunta é aberta, e as respostas foram agrupadas em: conhecer pessoas, fazer amizades, buscar relacionamentos, sexo, curiosidade, não soube responder e outros motivos. A maior fatia do gráfico, correspondente a 43%, equivalente a 67 usuários, que relatam que a motivação está em conhecer pessoas.

Ainda, 12% afirmam que foram motivados a criar o aplicativo a procura de fazer amizades, correspondendo a 19 respostas. Por outro lado, 19% dizem que criaram o app para buscar relacionamento, um total de 29 respostas. Além disso, 4% estão no aplicativo à procura de sexo, representando seis usuários; 10% manifestaram que estão lá por curiosidade, equivalente a 15 respostas; 1% não soube responder. E 11% relataram diversos motivos, como tédio, ocupar tempo ocioso, passar tempo, somando assim 17 respostas, agrupadas em “outros motivos” em virtude de não podermos categorizar essas afirmativas.

**GRÁFICO 14:** Motivação para criar um perfil no aplicativo Tinder.



Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

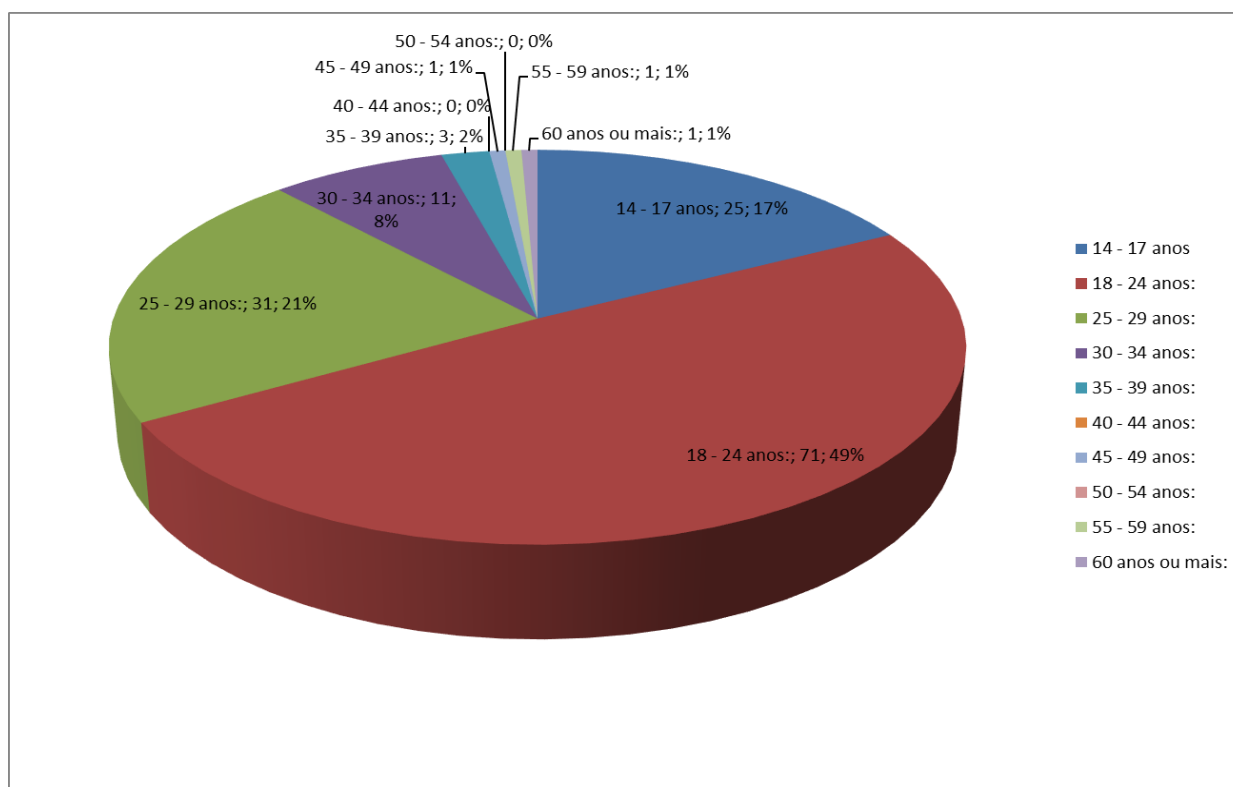
No gráfico 15, apresentamos a idade que os usuários começaram a utilizar o aplicativo Tinder. Assim como no gráfico 1, estipulamos a idade mínima a partir

da resposta do usuário que respondeu a menor idade, e as outras foram estipuladas pelas faixas etárias do IBGE. Novamente, apontamos que tanto o público que está atualmente no aplicativo quanto a idade que começou a utilizar é predominantemente jovem.

Na faixa correspondente aos 14-17 anos, 17% relataram ter iniciado nesse período, um total de 25 usuários. Mesmo que a política de utilização do aplicativo permita apenas maiores de 18 anos, percebemos que existe omissão de informações a fim de se manter no espaço de sociabilidade produzido por ele. Por outro lado, 49% dos usuários entrevistados afirmam ter entrado no aplicativo na faixa dos 18-24 anos, totalizando 71 respostas, maior fatia do gráfico.

Ainda, 21%, equivalente a 31 usuários, afirmaram ter entrado no app na faixa dos 25-29 anos; 8% dos 30-34 anos, representando 11 respostas. Já a faixa entre 35-39 anos apresenta 2%, um total de três respostas; a faixa 40-44 anos não apresenta nenhum usuário, 45-49 anos, representando 1%, uma resposta. E 50-54 anos nenhuma resposta, 55-59 anos apresenta 1%, um único usuário; por fim, 60 anos ou mais também representando 1%, uma resposta.

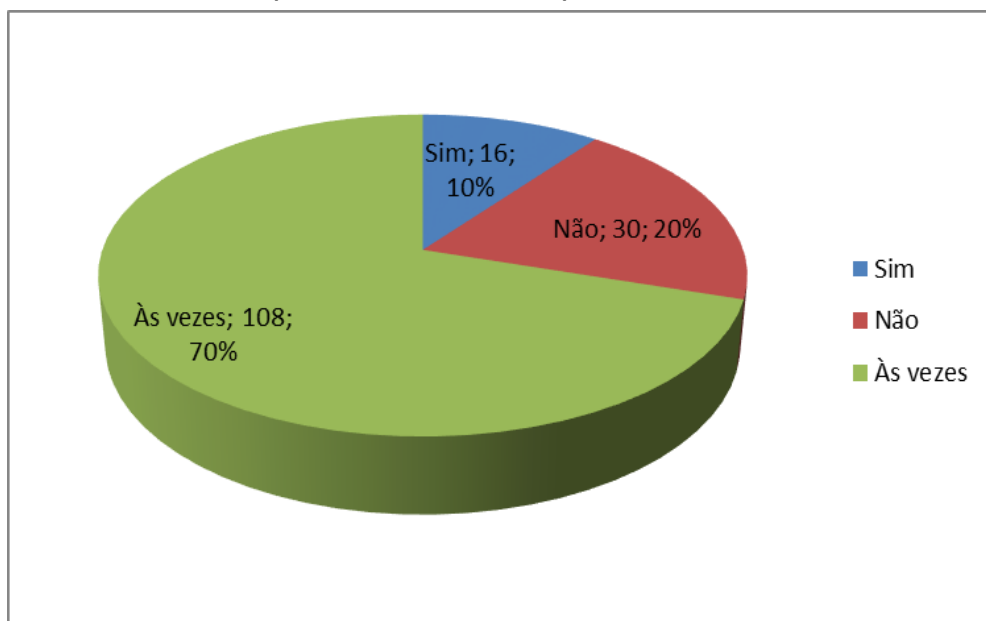
**GRÁFICO 15:** Idade que começou a utilizar o Aplicativo Tinder.



Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

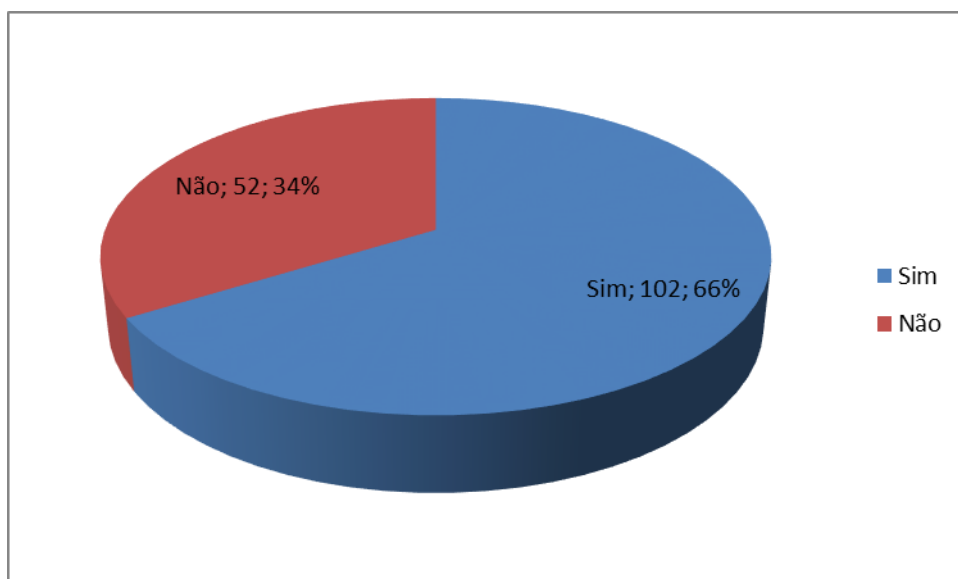
Questionamos se o que buscam no aplicativo é encontrado em uma pergunta fechada e apresentamos no gráfico 16 as seguintes respostas prévias: sim, não e às vezes. Dos 154 usuários, 10% dizem que sim, que encontram aquilo que buscam no aplicativo, correspondendo a 16 respostas; 20% relatam que não encontram aquilo que buscam, totalizando 30 usuários. E 70%, representando 108 usuários, dizem que às vezes encontram.

**GRÁFICO 16** - O que você busca no Aplicativo Tinder é encontrado.



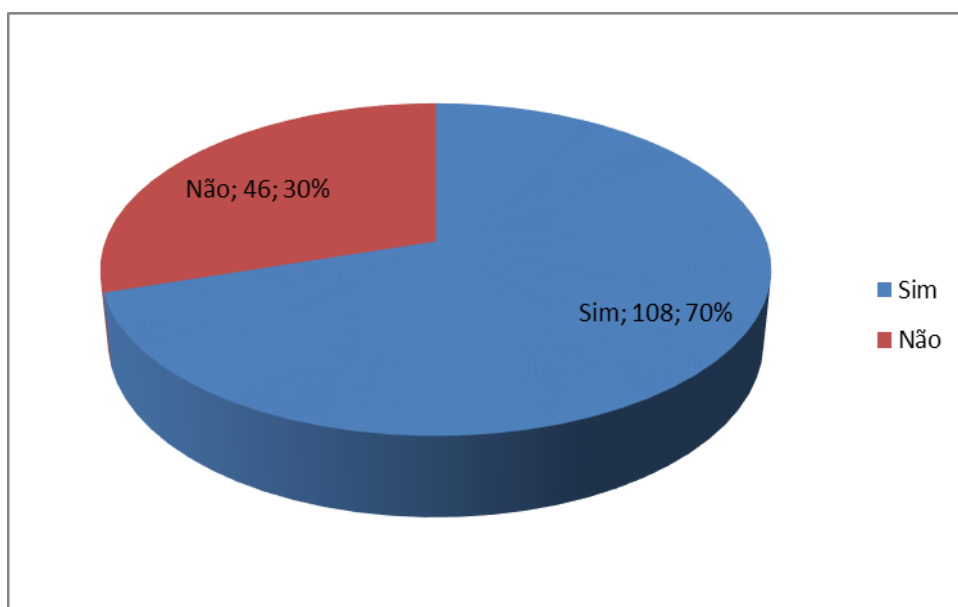
Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 17, apresentamos as respostas dos usuários sobre se já utilizaram o aplicativo Tinder em outras cidades. Partimos do pressuposto de que outras cidades possuem dinâmicas diferentes sobre a utilização desse app, porém, iremos perceber mais sobre isso nas entrevistas em profundidade. Salientamos que essa questão é fechada, 66% disseram já ter utilizado o app em outras cidades, um total de 102 respostas, e 34% relataram não ter usado o Tinder em outras cidades, correspondendo um total de 52 usuários.

**GRÁFICO 17:** Utilização do Aplicativo Tinder em outras cidades.

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 18, apresentamos os questionamentos sobre a utilização de outros aplicativos de relacionamentos além do aplicativo Tinder. A pergunta era fechada, com respostas sim ou não. 70% relataram usar outros apps, o que corresponde a 108 usuários. E 30% dizem que não usam outros aplicativos, totalizando 46 respostas.

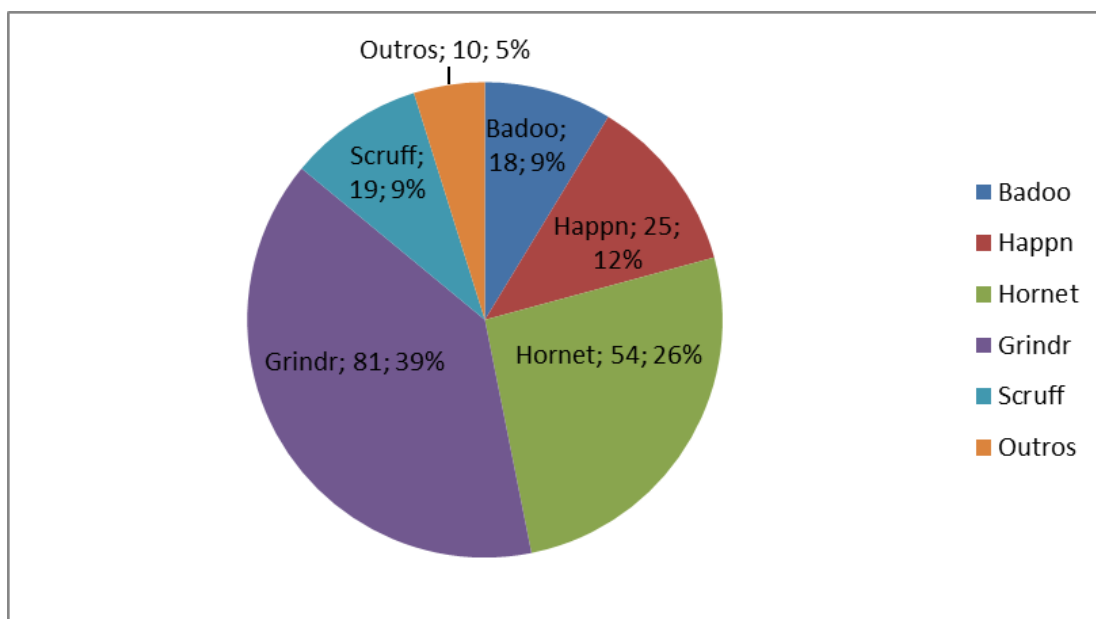
**GRÁFICO 18:** Utiliza outros aplicativos além do Tinder.

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 19, produzido a partir de uma questão fechada, perguntamos qual ou quais dos aplicativos listados eram utilizados por aqueles 108 usuários que responderam utilizar outros aplicativos além do Tinder. Salientamos que essa questão permitia que fossem selecionadas mais de uma opção, e os aplicativos listados vão ao encontro da pesquisa IPOBE (2016), que listou os aplicativos mais utilizados no Brasil.

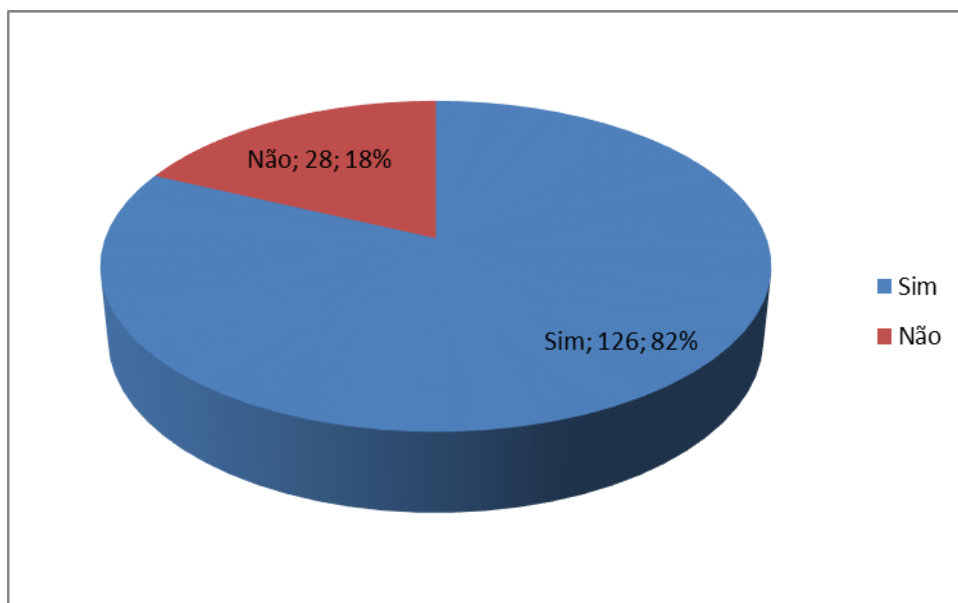
O *App Badoo* aparece como utilizado por 9% dos usuários, o *Happn* por 12%, seguidos do *Hornet* por 26%, *Grindr* 39% e *Scruff* 9%. Além desses, 5% relataram usar outros aplicativos. Destacamos que os aplicativos *Hornet*, *Grindr* e *Scruff* são específicos para homens que buscam parceiros do mesmo sexo, salientando os dois primeiros como os mais utilizados por esse público.

**GRÁFICO 19:** Aplicativos utilizados além do Tinder.



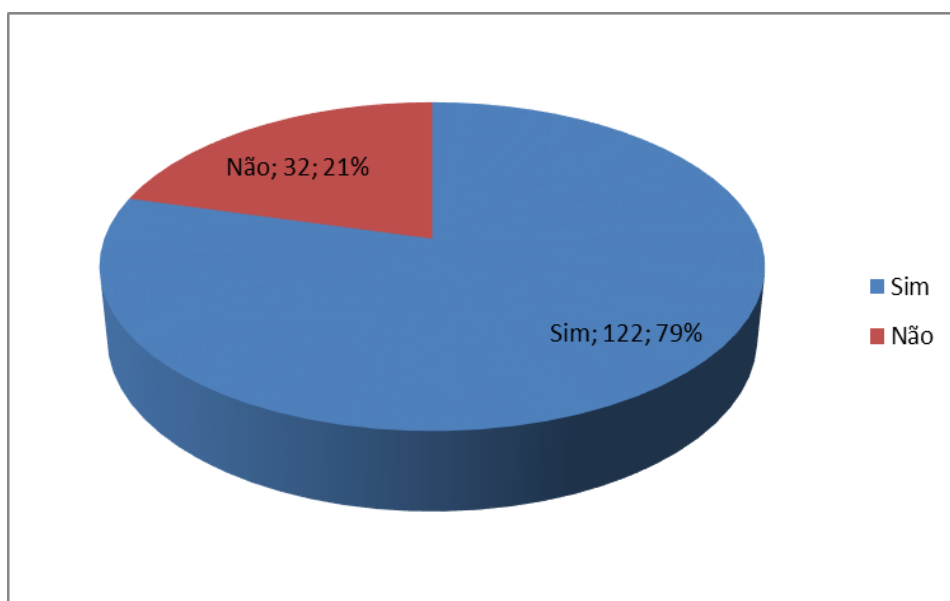
Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 20, apresentamos as respostas referentes aos usuários que já encontraram ou não, pessoalmente, parceiros do mesmo sexo pelo aplicativo Tinder. Destaco que 82%, correspondendo a 126 respostas, disseram que já tiveram um encontro cara a cara por meio do Tinder. E 18% relatam que não encontraram pessoalmente nenhum parceiro, totalizando 28 respostas.

**GRÁFICO 20:** Encontrou pessoalmente parceiros que conheceu pelo App Tinder

Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

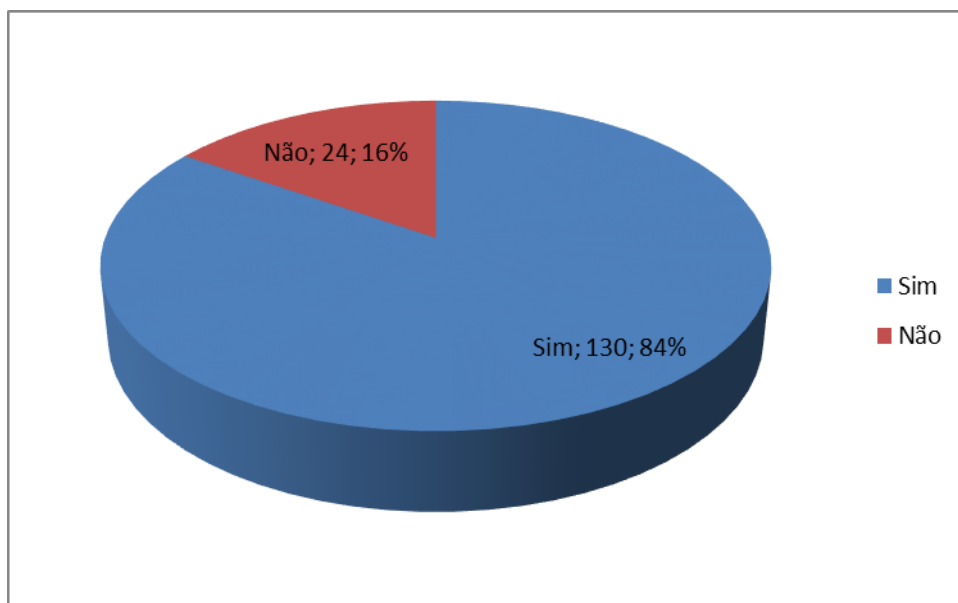
No gráfico 21, quando questionados sobre existir um tipo de homem mais procurado no aplicativo Tinder, 79% relatam que sim, existem homens mais procurados no app, correspondendo a 122 respostas. E 21% dizem que não, totalizando 32 usuários que acreditam que não existe um ideal de homem nesse espaço virtual.

**GRÁFICO 21:** Existe um tipo de homem mais procurado no App Tinder.

Fonte: Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 22, quando questionados sobre existir um tipo de corpo mais procurado no aplicativo Tinder, 84% relatam que sim, existe um tipo de corpo mais procurado no app, correspondendo a 130 respostas. E 16% dizem que não, totalizando 24 usuários que acreditam que não existe um ideal de corpo.

**GRÁFICO 22:** Existe um tipo de corpo mais procurado no App Tinder.

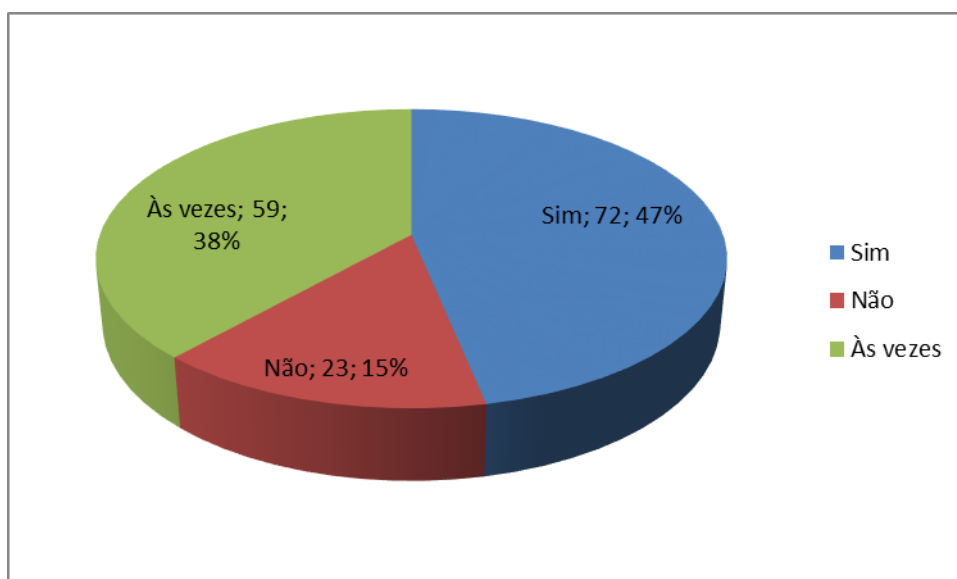


Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No gráfico 23, quando questionamos sobre utilizar outros espaços de sociabilidade, como baladas, shoppings, cinemas para encontrar parceiros do mesmo sexo, as respostas eram: sim, não e às vezes. A partir destas, 47% relataram que utilizam esses locais de sociabilidade, correspondendo a 72 usuários. Já 15% relataram que não utilizam esses lugares, um total de 23 respostas. E 38% dizem que às vezes usam esses espaços para procurar parceiros, correspondendo a 38 usuários.



**GRÁFICOS 23:** Sobre utilizar outros espaços de sociabilidade, como baladas, shoppings, cinemas para encontrar parceiros.

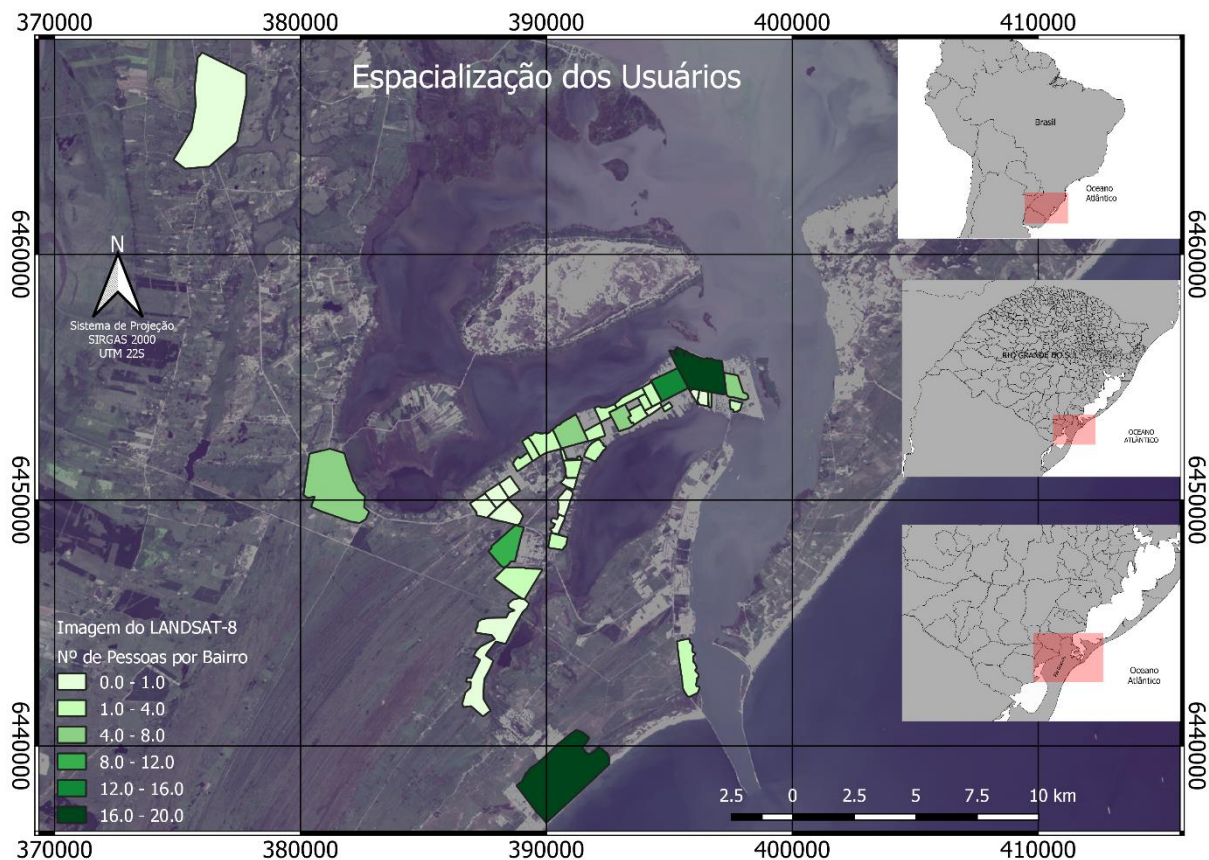


Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

No mapa 2, apresentamos a distribuição espacial dos 154 usuários que responderam o questionário on-line. A partir da espacialização, podemos perceber que a maior concentração desse público se encontra no centro do município do Rio Grande e no Cassino. O distrito sede (primeiro distrito de Rio Grande) é onde predomina os usuários que responderam o questionário.

Ao analisar as outras localidades do município, percebemos que, nas zonas rurais, o predomínio de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no aplicativo Tinder é pequeno. No entanto, ressaltamos o Povo Novo e a Vila da Quinta, locais onde encontramos homens que utilizam o app. A partir de leituras realizadas na disciplina de agricultura brasileira, percebemos que existem outras formas de sociabilidade no meio rural, distantes dos aplicativos. Ainda, o acesso à internet nessas localidades possui limitações, mesmo com os avanços de expansão da banda larga para as zonas rurais.

**MAPA 2** – Distribuição espacial dos usuários do Tinder no raio de 31 km no município do Rio Grande no período de 19 de fevereiro a 01 de março de 2018.



Fonte: Questionário do *Google Forms*. Elaborado por Ítalo Seilhe Reis, 2018.

Ao finalizar este capítulo, ressaltamos que nosso objetivo foi descrever os gráficos e as figuras conforme aquilo que estava exposto neles, sem fazer análises prévias do conteúdo que os mesmos apresentam. Entendemos que a etapa metodológica que consiste nas análises contemplará o entendimento desses dados, atravessados pelas entrevistas em profundidade, as quais nos darão respostas aos nossos objetivos e a nossa problemática.

## **6. “Ser um homem feminino, não fere o meu lado masculino”: Discursos produzidos por sujeitos não neutros sobre Espacialidades, Masculinidades e Corporeidades**

Este capítulo é atravessado pelos discursos dos cinco homens entrevistados no decorrer da pesquisa. Apontamos no título um trecho da música de Pepeu Gomes “*Ser um homem feminino, não fere o meu lado masculino*” por entender que existem diferentes possibilidades de se constituir homem. Neste sentido, os “sujeitos não neutros” são também apontados por entender, assim como Silva (2011) que o espaço geográfico é produzido por corpos não neutros, ou seja, pautados por marcadores de geração, cor da pele, gênero e sexualidades. Assim, buscamos entender por meio da Análise do Discurso de Escola Francesa de Michel Pêcheux, as interpelações dos entrevistados.

A evolução da internet permitiu aos sujeitos que buscavam parceiros do mesmo sexo, conseguissem negociar suas (in)visibilidades e gerenciar seus desejos. Os avanços tecnológicos marcados no início dos anos 2000 e o surgimento dos aplicativos voltados para o público LGBT em 2009, reconfigura as formas de relacionamentos. Estas não se sobrepõem aos espaços físicos, porém, se tornam alternativas potentes de encontros e flertes potencializando a criação de novos territórios de sociabilidade entre homens que buscam parceiros do mesmo sexo.

Para Miskolci (2017) a vida conectada oportunizou trocas entre os sujeitos, ao mesmo tempo que moldou a formas de se relacionar no tempo e no espaço. Com isso, a interação virtual entre eles e as mídias passou a fazer parte do cotidiano. O dispositivo móvel se tornou algo importante nos relacionamentos, para encontro de pessoas, conhecer parceiros em potenciais e, de certa forma, evitar exposição direta nos espaços físicos. Neste sentido o espaço virtual se constitui enquanto materialização de afetos e desejos, tornando-se um território de sujeitos criativos/táticos em busca de laços afetivo-sexuais.

Para tanto este capítulo está dividido em dois momentos sendo eles: O espaço e os sujeitos: descrição espacial das entrevistas e apresentação dos entrevistados, os quais chamaremos de Anderson, Flávio, Guilherme, Antônio e

Thiago. Salientamos que os nomes foram determinados por eles, assim, são fictícios. Optamos por nomear, por entender que isso caracteriza-os na pesquisa. E o segundo momento é pautado pela análise dos discursos dos mesmos, optamos por colocar em caixas, para melhor estruturação do texto e denominamos este item de *tornando visível o discurso dos sujeitos da pesquisa*.

Os passos que nos levaram a estas entrevistas, foram: contato com os usuários que responderam o questionário on-line e se disponibilizaram a participar, disponibilidade de horários e viabilidade dos espaços das entrevistas. Com isso, entramos em contato com os 75 homens que manifestaram interesse, destes, 30 disseram querer continuar na pesquisa, e dez foram entrevistados. Destacamos que destes dez, optamos pelas cinco entrevistas que melhor contemplavam as perguntas, mesmo entendendo que não buscávamos respostas certas ou erradas. Assim, mantemos os sujeitos que não precisaram sofrer interferência do pesquisador para responder, visto que alguns deles apenas respondiam “sim” e “não”.

### **6.1. O espaço e os sujeitos: descrição espacial das entrevistas e apresentação dos entrevistados**

O primeiro entrevistado foi o primeiro contato realizado pelo pesquisador. Optamos por locais públicos, como praças, shoppings e lanchonetes, sempre deixávamos que o entrevistado escolhesse o melhor lugar onde se sentiria mais confortável. A primeira entrevista foi realizada no dia 01 de julho de 2018, o entrevistado, o qual chamaremos de Anderson, assim foi o nome pelo qual ele optou por ser denominado. Era um domingo, fazia um sol agradável e uma temperatura perto dos 17°C, o nosso local de encontro foi no Praça Rio Grande Shopping Center. Chego perto das 15h e me encontro com o Anderson, um homem branco, aparentando ter 21 anos, estatura perto dos 1.78cm, magro, boné para trás e óculos escuro. Este era o sujeito que eu realizaria minha primeira entrevista em profundidade.

Talvez o domingo não fosse o melhor dia para esta entrevista, visto que o espaço estava bastante cheio, pergunto ao Anderson se ele se incomoda com o fato de estar cheio, e ela nega, dizendo que não tem problema. Enquanto pergunto a ele sobre seu dia vou procurando o melhor lugar para sentarmos e conversarmos. Eis que encontro uma mesa atrás de uma cafeteria, perfeito, ali seria o melhor lugar. Anderson pede para não ficar no sol, levando as mãos nos olhos, cobertos por óculos escuros. Por um momento tive a sensação de que ele me lembrava alguém, mas que naquele momento não me recordava.

Nosso contato se deu por *WhatsApp*, nunca tive contato algum com Anderson, sequer conhecia ele dos espaços que frequento, ele foi o primeiro que topou a ser entrevistado da lista de 75 interessados que eu tinha. Nos sentamos ao redor da mesa, e ali iniciei explicando sobre a pesquisa, em momento algum percebo Anderson nervoso, talvez eu estivesse mais ansioso que ele. Tinha uma música alta tocando nos espaços do shopping, com isso me senti mais próximo dele, para que a entrevista fosse algo fluido, mais no sentido de conversa, tentando não ficando preso ao roteiro. Em nenhum momento percebi Anderson desconfortável com as perguntas, pelo contrário, por vezes produzia longas respostas.

Anderson nasceu em Rio Grande, tem 21 anos, se autodeclara branco, de gênero masculino e orientação sexual gay. Não possui nenhuma ocupação no momento, possui Ensino Médio Completo, não possui companheiro/a, reside com os pais (mãe e pai). É filho único, mora na Vila Maria e frequenta a religião evangélica e os pais sabem da sua orientação sexual.

A segunda entrevista ocorreu no dia 04 de julho de 2018, opto por marcar no mesmo lugar, porém num dia de semana, era uma quarta feira às 15h, entendendo que ao longo da semana o movimento era menor. Flávio, nome pelo qual desejou ser identificado na pesquisa, já se encontrava no shopping quando cheguei, nosso contato se deu por *WhatsApp* assim como na outra entrevista, também não o conhecia pessoalmente, tampouco de redes sociais. Ligo para o Flávio assim que chego para ver onde ele se encontrava, ele estava na praça de alimentação e foi até meu encontro, na porta principal de entrada.

Flávio me encontra no corredor do shopping e me abraça, como se fôssemos bons e velhos amigos, achei acolhedor. Era um homem branco, de 1.65cm de estatura, olhos claros, cabelo liso com topete, usava um casaco preto e uma manta, fazia frio neste dia, aproximadamente 10°C. Opto por não fazer a entrevista no mesmo lugar que fiz com Anderson, escolhendo a praça de alimentação, porém um lugar mais reservado.

Diferentemente de Anderson, Flávio estava visivelmente ansioso, boca tremula, num primeiro momento tive a sensação de que ele estava entendendo aquilo como um primeiro encontro, e de fato era, entre eu (pesquisador) e ele (entrevistado). Antes de explicar a pesquisa, conversei sobre assuntos aleatórios, compreendendo que assim conseguiria quebrar o gelo para só depois iniciar a entrevista. Percebo que Flávio tem as unhas compridas, muito bem-feitas. Ao mesmo tempo que percebo que ele está com uma base no rosto, muito discreta, mas perceptível. Optei por sentar ao lado de Flávio, e iniciei explicando sobre a pesquisa e os ritos que aquele momento exigiria.

Flávio nasceu em Rio Grande, tem 25 anos, se autodeclara pardo, de gênero masculino e orientação sexual gay. Trabalha como auxiliar administrativo, possui Ensino Médio Completo, não possui companheiro/a, reside com a mãe, apesar de possuir um irmão casado. Mora no bairro Cohab IV e frequenta a religião de matriz afro, umbandista e sua família sabe de sua orientação sexual.

O terceiro entrevistado optou por ser chamado de Guilherme. Realizamos nossa entrevista no dia 11 de julho de 2018. Meu contato com ele se deu pelo *Facebook*, depois da aplicação dos questionários, Guilherme havia me adicionado como amigo no site de rede social. Após alguns dias tentando agendar esta entrevista, eis que consigo marcar um melhor dia para ele. Guilherme sugere o Campus Carreiros da Universidade Federal do Rio Grande, achei interessante visto que o campus era diferente dos dois primeiros entrevistados. Combinamos de nos encontrar na parte externa do centro de convivência (local bastante frequentado), em frente ao lago.

Guilherme chegou um pouco atrasado, aperta a minha mão e eu sugiro que façamos a entrevista nos bancos fora daquele espaço, visto que ali se encontravam vários acadêmicos/as estudando, era período de exames na universidade. Diferentemente dos dois primeiros encontros, neste percebo que meu entrevistado é muito falante, desinibido, sorria fácil, conversa bastante enquanto nos dirigíamos para os bancos. Guilherme é acadêmico da FURG, tem cerca de 1.72cm de altura, branco, cabelo liso preso em um coque, barba rala e gordinho.

Vejo que Guilherme está ofegante, parece que ele não queria ter se atrasado, e pergunto se ele tem algum compromisso depois da entrevista, visto que o roteiro era extenso, ele diz que não. Iniciei explicando a pesquisa, e somos interrompidos por uma amiga dele, a qual veio buscar um copo que havia deixado com ele. Guilherme me apresenta como um amigo, a amiga não demora muito e se despede. Continuo explicando os ritos da entrevista, vejo Guilherme bastante atento, como alguém que sabe o que vai falar, mesmo que não tenham respostas certas, percebo nele algo diferente dos outros entrevistados.

Guilherme nasceu em Rio Grande, tem 21 anos, se autodeclara branco, de gênero masculino cisgênero e orientação sexual bi. Trabalha com os pais em um restaurante e estuda na universidade, não possui companheiro/a, reside com os pais e uma irmã mais nova. Mora na Vila Militar e quando questionado se possui alguma religião, se diz agnóstico. Sua família não sabe da sua orientação sexual.

A quarta entrevista foi com Antônio, diferente dos outros entrevistados, ele optou por outro espaço, assim o encontrei no *McDonalds* da cidade no dia 16 de julho de 2018, à noite. Chego no local e ele já me esperava, lanchando. Me explica que escolheu ali devido a proximidade com o seu trabalho, assim facilitaria também o seu deslocamento para casa. Noto que Antônio balança a perna enquanto conversamos, como alguém inquieto, talvez se questionando o motivo que o levou a estar ali.

Assim como com os outros entrevistados, expliquei o objetivo da pesquisa, apresento o roteiro de perguntas e o termo de consentimento, deixando uma via com ele assinada. Espero ele terminar de lanchar, enquanto vamos conversando

assuntos do cotidiano. Antônio é um conhecido de rede social, não somos amigos, mas já o conhecia de outros espaços. O contato com ele se deu através do *Facebook*, onde trocamos informações sobre a pesquisa e posteriormente marcamos a entrevista.

Antônio não é natural de Rio Grande, nasceu em Candiota, tem 32 anos, se autodeclara preto, de gênero masculino e orientação sexual gay. Trabalha como coordenador em uma empresa da cidade, possui ensino médio completo, não possui companheiro/a, reside sozinho. Mora no Bairro Cassino e quando questionado se possui alguma religião, diz não possuir nenhuma. Seus pais não sabem da sua orientação sexual.

A quinta entrevista se deu com o Thiago, nome pelo qual desejou ser identificado na pesquisa, nosso contato também foi por *Facebook*, diferentemente dos outros, Thiago era um amigo de rede há um certo tempo, mas nunca havíamos nos encontrado pessoalmente. Após vários contatos, marcações e desmarcações, conseguimos agendar um dia.

Consegui conversar com ele no dia 18 de julho de 2018, marcamos para às 17h no *McDonalds*, era um espaço público de grande circulação de pessoas, porém Thiago achou melhor que fosse lá, porque já estaria por perto e depois seria mais fácil de ir para casa, assim como Antônio.

Chego no horário marcado, e me dirijo para o segundo andar, lugar combinado com Thiago. Ele já estava lá, lanchando. Cumprimento me sento e aguardo ele terminar. Thiago é um homem de 1.82cm de altura, olhos castanhos escuros, cabelo crespo, magro, com barba bem cheia. No momento da entrevista usava um moletom com capuz na cabeça. Percebo que Thiago não está nada ansioso, pelo contrário ele termina de lanchar querendo logo ser entrevistado.

Thiago é natural de São José do Norte, tem 30 anos, se autodeclara branco, de gênero masculino e orientação sexual gay. Trabalha como professor, possui Ensino Superior, não possui companheiro/a, reside sozinho. Mora no bairro Trevo e quando questionado se possui alguma religião, diz não possuir nenhuma. Os pais sabem da sua orientação sexual.



As entrevistas foram gravadas utilizando o gravador de voz do sistema *Android* do celular, assim como todos os entrevistados assinaram o termo de consentimento conforme consta no Apêndice IV. As transcrições foram realizadas pelo pesquisador, sendo mantidas os discursos tal qual apareciam nas gravações.

## **6.2. Tornando visível o discurso dos sujeitos da pesquisa.**

Dar visibilidade é muito mais do que um ato político é um gesto de resistência dentro do movimento LGBT. Neste sentido visibilizar o discurso dos sujeitos entrevistados está pautado em deslocamentos e recuos para refletir sobre algumas situações e conceitos e dar voz para àqueles que foram e são muitas vezes silenciados por discursos hegemônicos. É garantir o espaço de fala dos sujeitos, suas compreensões, suas vivências e interpelações, compreendo que os discursos são proferidos no tempo e espaço, neste sentido, deve sempre levar em conta os atravessamentos de cada participante desta pesquisa.

Assim nos voltamos a análise das entrevistas, individualmente, compreendendo que cada sujeito esta atravessado por vivências e experiências diversas e plurais. Com isso, dividimos em três conceitos principais: **Espacialidades, Masculinidades e Corporeidades**, os quais nortearão a análise. Entendemos que outros conceitos são transversais a análise, e se farão presentes a partir das interpelações de cada sujeito. No entanto, estabelecemos estes três conceitos por entender que eles articulam com a problema da pesquisa, bem como atingem ao objetivo geral deste estudo.

### **Eixo 1: Espacialidades**

Neste item definiremos as espacialidades dos homens entrevistados, suas relações com o espaço do aplicativo Tinder e com espaços físicos de encontros. Assim, entendemos que cada sujeito se relaciona com o espaço de forma

individual, e este são produzidos por eles, por vezes suprimindo seus desejos e vontades, por outras não correspondendo.

Neste sentido pensamos no espaço assim como já mencionado no referencial teórico a partir de Raffestin (1993) produto de relações sociais, que o territorializam e dele fazem territorialidades de práticas. Com isso, aferimos no espaço do aplicativo como um território, ao mesmo tempo que um espaço de práticas, mesmo que os dois conceitos se distinguem um do outro, o diálogo se faz necessário (SAQUET, 2015).

Com isso, a organização espacial dos sujeitos que territorializam o espaço do aplicativo está em constante mudança. Assim, pensamos que o Tinder também é um espaço fluido, moldado pelos sujeitos e sua organização espacial, não restringindo a apenas objetos, mas sim a um conjunto de comportamentos que dele produzem novos territórios e territorialidades e, resultam em relações de poder.

Nesta perspectiva, Massey (2008) pontua que primeiramente, este espaço é produto da interação e inter-relações sociais, segundo que o espaço é esfera de possibilidades e pluralidades (pensando como produto de sujeitos criativos/táticos) e terceiro que é algo que está sempre em construção. Para tanto, nosso primeiro ponto está pautado na espacialidade como um todo, buscando pontos de convergências nos discursos dos sujeitos sobre o conceito. Com isso, compreendemos que os pontos de convergência nos ajudam a pensar sobre um discurso coletivo, não eliminando as divergências, pelo contrário, elas estão postas no decorrer do texto. Vejamos o quadro 1:

QUADRO 2: Resumo do conceito de espacialidades.

CONCEITO	CONVERGÊNCIAS	RESUMO DA ANÁLISE
ESPACIALIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espaço de encontros</li> <li>• Território de práticas</li> <li>• Sexo</li> </ul>	De modo geral os sujeitos entrevistados compreendem o espaço virtual como um território para estabelecer laços, sejam eles afetivo ou sexuais. Entendem o espaço virtual como potente de práticas,

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacionamentos</li> <li>• Amizades</li> </ul>	sejam elas amigadas, relacionamentos e sexo. Além disso, o virtual se torna um meio técnico para a materialização dos encontros de homens que buscam parceiros do mesmo sexo.
--	---	---

Fonte: Entrevista em profundidade. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018

Quando questionados sobre a percepção deles sobre os aplicativos móveis, as respostas são as seguintes:

*Assim, todas as pessoas procuram alguma coisa no aplicativo, às vezes não fica tão claro, às vezes tu tens que conhecer a pessoa e ver o que ela realmente quer. O meu caso, com as minhas experiências, conheci pessoas que simplesmente só queriam me conhecer mesmo, sem uma grande intenção. E outras pessoas queriam uma coisa disfarçadamente, mas na verdade queriam outra. Digamos pessoas que queriam o que eu queria, mais para tirar uma vantagenzinha só, não era uma coisa sincera, era mentirinha digamos. Diziam que queriam um relacionamento, mas na verdade só queria sexo.*

ANDERSON (01/07/2018)

*Agora o modo mais fácil da gente pegar e ter mais encontros, para marcar encontros, é mais fácil por aplicativos, e até um certo ponto ele é bem interessante porque é um modo que tens para encontrar uma pessoa, de conhecer ele um pouco antes de conhecer ela pessoalmente.*

FLÁVIO (04/07/2018)

*Então, para ser bem breve não tenho muita paciência, eu acho muito superficial porque pra mim não adiantou muita coisa, tipo tinha uma época que ele era meio que terapêutico, uma época que não era muito boa na minha vida e aí eu me sentia que se eu entrasse nesses aplicativos, por exemplo o que eu mais usava era o Tinder, e eu ganhasse like, só o match da pessoa me deixava confortável porque me dizia que de certa forma despertei algum interesse. Mas, eu não queria desenvolver nada com aquela pessoa, era só meio que tipo ganhei um match, não que mudasse minha vida, mas eu poderia dizer é para alguém de certa forma eu sou interessante. Mas eu não sentia vontade de desenrolar nenhum relacionamento, nada a partir disso.*

GUILHERME (11/07/2018)

*Então, sei lá é uma oportunidade boa para conhecer alguém legal ou uma forma prática de conseguir sexo.*

ANTÔNIO (16/07/2018)

*Eu entendo que eles buscam a intencionalidade de conhecer pessoas, de tu se identificar com pessoas, muitas vezes a pessoa não tem tempo de estar saindo e indo para lugares para conhecer pessoas. Então os aplicativos meio que dão essa sacada, porém eles ficam muito ligado ao visual, é praticamente visual. É o que eu falo, eles aplicativos são uma vitrine, tu estás passando foto e diz 'oh, gostei'. Tu nem conversou com a pessoa, só por imagens ou se ele escreve alguma coisa ali, que geralmente ninguém escreve nada, colocam foto, colocam signo, e pela foto tu te interessa pela pessoa.*

THIAGO (18/07/2018)

Compreendemos que os sujeitos entrevistados percebem que os aplicativos são dispositivos potentes de encontros, os quais tomam formas a partir dos interesses de cada um. Neste sentido, Anderson e Thiago apontam existir outros interesses por trás da função primária dos aplicativos, presumindo assim, existir representações dos sujeitos que lá se encontram. Para Massey (2008, p. 43) “através da representação, especializamos o tempo. É o espaço que, deste modo, subjuga o temporal”.

Por outro lado, Flávio acredita que o espaço virtual é um meio para encontrar pessoas, anterior ao encontro presencial. Já Guilherme relata que os aplicativos funcionam como terapia para o tempo ocioso, afirmando que nunca buscou nada em específico nestes espaços. E não distante dos outros sujeitos, Antônio é taxativo, e relata que os aplicativos são caminhos práticos para conhecer alguém e conseguir sexo.

Neste sentido, compreendemos que a percepção dos cinco sujeitos sobre os espaços dos aplicativos não é unânime, no entanto, convergem sobre estes serem dispositivos de interação e comunicação entre as pessoas. Percebemos em Antônio a palavra sexo bastante presente, algo que está atravessado nos discursos dos outros homens, de forma implícita. Assim, destacamos que existe

um não dito como afirma Orlandi (2013), talvez pela timidez do momento pesquisador/entrevistado.

É levado em consideração seus contextos pessoais, suas vivências e atravessamentos cotidianos, assim entendemos como a autora que o discurso proferido por eles é situado no tempo e no espaço, e que essa relação deve ser levada para reflexão das análises. Como afirma Orlandi (2013) os discursos situados são múltiplos em diferentes espaços, assim os processos de identificação dos sujeitos são constituídos pela argumentação, subjetivação e construção daquilo que eles entendem como realidade.

Assim, quando questionamos sobre o que eles buscam no aplicativo Tinder e se o que buscam é encontrado em algum momento, as respostas foram as seguintes:

*Olha na verdade eu estou meio afastado, eu até dou uma olhadinha de vez em quando, mas eu dei uma afastada. Mas o que eu procurava era conhecer pessoas novas mesmo, talvez desenvolver um tipo de relacionamento ou até uma amizade um pouquinho mais íntima, alguma coisa que convinha a minha e a pessoa também, mas que fosse recíproca também [...] Olha, é como eu te falei é questão da sinceridade, é isso que falta às vezes nas pessoas, eu procurava uma coisa que parecia bem-sucedida até o momento, aí do nada a coisa desandava e eu desandava junto então eu não acho que eu encontrava não, aí a coisa voltava para o ponto inicial, a futilidade falava mais alto.*

ANDERSON (01/07/2018)

*Procuro relacionamento, uma pessoa que fosse compatível comigo para estar saindo, conhecendo e quem sabe então gerar uma coisa mais ... um amor. É difícil tu teres uma coisa muito verdadeira no aplicativo, mas é aquele negócio né, gostar das mesmas coisas que eu gosto. Eu não sou muito de sair, então a pessoa tem que ser mais ou menos assim, porque não compatibilidade se ela gostar de sair, gostar de ser festeira, essas coisas assim, pra mim não serve! Porque eu não sou assim, não é que eu não goste de festa, é que eu não sou habituado a ir a festas. Gosto de coisas mais caseiras, ou então ir para um lugar mais público, uma praça, tomar um chimarrão, essas coisas mais simples [...] em algum momento pareceu que foi encontrado, mas como eu te falei, conforme o tempo vai passando a gente conhecendo as pessoas e a gente vê aquilo que elas realmente que elas dizem ser. Porque assim, no primeiro momento, que tu começa a conversar com uma pessoa, até porque mesmo tu não tens o contato direto com ela, é mais fácil de tu falar pelo aplicativo, em te soltar, porque tu não estás frente a frente. Frente a frente é bem diferente, até mesmo quando a gente conversa pelo telefone é de uma*

*forma, chega pessoalmente vem a vergonha, ou tu não gostou de alguma coisa, já não é bem aquilo que tu pensava, isso aí é o que mais acontece.*

FLÁVIO (04/07/2018)

*Então, literalmente eu não procuro nada. Tipo, claro eu procuro alguma coisa porque eu baixo, não faz sentido eu baixar pra nada, mas é literalmente só pra ver se tem gente que eu conheço e está lá. Tipo, se alguma pessoa que eu me relacionei ou fiquei um tempo atrás tá lá ou não. É só por curiosidade, não é nada de querer conhecer pessoas novas. Porque eu acho que eu tenho facilidade para conhecer gente ... me relacionar com as pessoas, de conversar, então eu acho que não preciso de um aplicativo pra isso, entendeu? Claro, eu tenho facilidade para me relacionar tipo ... no caso ter um contato e criar uma amizade com a pessoa, mas eu não tenho tanta facilidade pra estimular e criar um relacionamento diferente.*

GUILHERME (11/07/2018)

*No Tinder? Eu procuro não só sexo, também procuro conhecer pessoas, interagir com alguém, fazer amizades, é o que eu procuro basicamente em todos os aplicativos. O Tinder é um tipo de aplicativo que as pessoas elas não são muito de interagir contigo, acho que isso é de cada um, eu estou disponível para conversar a maioria mostra interesse, né? Quando curte um ao outro, mas não desenvolvem, não acontece nada. Muitas vezes a gente só troca uma ideia de alguns minutos e o assunto morre, acredito que por não ter a possibilidade de trocar imagens. Foi como eu te falei as pessoas são muito curiosas, elas querem saber como tu é fisicamente, se tu não tens isso a mostra no teu perfil mesmo, as pessoas acabam deixando de lado. Diferente de outros aplicativos que tu pode encaminhar e enviar as imagens.*

ANTÔNIO (16/07/2018)

*Cara, eu acho que papear, conhecer pessoas, não tenho um objetivo concreto. Eu não busco alguém pra ficar ou namorar, em primeira instância é conversar. Eu meio que não planejo nada, eu sei que com aplicativos se tu te planejar tu só se ferra. Vai conversando, vai conhecendo gente aí tu vê qual é o caminho que vais tomar. Mas acho que é mais pra conversar mesmo. Eu não tenho uma vida social muito ativa, não sou muito de sair de casa, já fui mais, acho que durante a FURG, mas agora eu não ando muito sociável. Então é meio que uma forma de manter algo social, de conversar, conhecer pessoas e tal. Eu já conheci muita gente legal no tinder, e já fiz muita amizade pelo tinder, bem legais. É o que eu te falei, ele te dá um leque de opções, o que tu procurar tu vai encontrar. Se tu quiser amizade tu vai encontrar, se tu quer algo mais casual, sempre tem aqueles perfis que só tem foto de cueca, por exemplo, sem rosto, então se é aquilo que tu quer, tu vai lá e dá like, se tu recebeu like, beleza vai e conversa. Eu como é mais para papo e mais para conversa, super de boas o aplicativo.*

THIAGO (18/07/2018)

Se torna interessante refletir sobre o espaço virtual como um território potente de relações, todavia, os sujeitos apresentam nas entrevistas algo que já havia sido encontrado no questionário de caracterização dos sujeitos. Anderson relata estar afastado do aplicativo, porém, não desinstalou o App, ao mesmo tempo que percebo um tanto frustrado com as relações estabelecidas no espaço físico provenientes do virtual.

Sincronicamente diz que pode desenvolver um relacionamento ou uma amizade um pouco mais íntima, percebo neste sentido que ele está se referindo a sexo, apesar de relatar possíveis futilidades dos encontros que teve. Para Miskolci (2017) a vida no virtual tenta contestar a separação do on-line e do off-line, como se fosse possível viver estes espaços de maneiras diferentes. A frustração de Anderson, é a mesma dos espaços físicos de relações, aliás os encontros que ele relata se dão nestes espaços, o virtual é apenas um caminho potente de táticas para se chegar a um encontro cara a cara.

Já Flávio aponta buscar um relacionamento, aferindo que o espaço do aplicativo Tinder facilita conhecer pessoas, afirmando que não é de frequentar espaços como festas, se auto denominando caseiro. Destacamos que Flávio está nos 19% dos entrevistados que relatam buscar relacionamento no Tinder.

Por outro lado, Guilherme num primeiro momento diz não procurar nada no aplicativo, que baixa apenas por curiosidade. Compreendemos que Guilherme tem um problema com relação a aceitação do seu próprio corpo, e usa como defesa dizer que não procura nada no espaço do Tinder. Com isso, a partir da resposta dele, percebemos que Guilherme se encaixa nos 10% dos entrevistados que relataram estar no aplicativo por curiosidades. Podemos entender esta porcentagem como forma de proteção dos desejos repulsados.

Por outro lado, Antônio nos ajuda a pensar que o Tinder voltado para o público LGBT não é algo tão dinâmico quanto apontado pelos outros entrevistados. Ele relata que está no aplicativo à procura de fazer novas amizades e conhecer pessoas, que, no entanto, a própria dinâmica do aplicativo dificulta a socialização em rede.

Neste momento ele está comparando o Tinder a outros aplicativos, afirmando que as pessoas não interagem umas com as outras devido ao aplicativo não possuir outras funções, como enviar imagens, áudios e criar grupos. Recuero (2012) aponta que a rede é criada pela negociação e apropriação de vários atores sociais, com isso, o Tinder não se caracteriza enquanto uma comunidade virtual, porém com potência de redes. Destacamos que tanto o fazer amizades quando o conhecer pessoas, foram questões apontadas no questionário de caracterização dos sujeitos e estas somam 55% dos entrevistados. Ou seja, o Tinder se constituiu enquanto um espaço virtual que potencializa sujeitos criativos/táticos em detrimento da busca por algo.

Assim como relatado por Flávio, Thiago entende o Tinder como um facilitador para conhecer pessoas, ele diz que não está num momento sociável, e que o espaço do aplicativo facilita a troca e o contato com as pessoas, mesmo que virtual. Afirmando que está no Tinder apenas para conversar, num primeiro momento o espaço do aplicativo parece ser confortável a Thiago, mas percebemos que ele utiliza outros aplicativos que talvez não seja apenas para conversar. Ao mesmo tempo que ele relata que o aplicativo fornece uma infinidade de possibilidades, afirmando possuir muitas opções como papo, sexo e amizades.

Refletindo um pouco a partir dos discursos, percebemos que o espaço do Tinder se torna um espaço de representação dos corpos e dos sujeitos que nele estão. Talvez o fato do aplicativo impor que as pessoas utilizem fotos de rosto, limita a resposta dos sujeitos. Destaco que apenas 6% dos entrevistados dos questionários relatam procurarem sexo no aplicativo, este é um dado interessante de ser refletido, uma vez que o espaço é potente de criação. Acreditamos que a porcentagem seja maior do que a apresentada, porém, como relatado anteriormente o espaço de representação permite escapes das respostas.

Quando questionados se conheceram pessoalmente algum parceiro que conheceram pelo app, as respostas foram as seguintes:



*Já e se não me engano foi só um. E foi normal, é que na verdade quando é um amigo um pouquinho mais distante, a gente já estabeleceu uma conversa, a gente já estabeleceu uma afinidade, uma intimidade, que foi, mesmo distante, ela rolou. Então quando tu encontras a pessoa, tu já vai com uma intenção de ficar com ela, de ter um momento mais íntimo, pelo menos comigo foi assim.*

ANDERSON (01/07/2018)

*Já, e sair de lá sempre é complicado, a pessoa fica nervosa, aquela coisa toda, a pessoa tem expectativa, aí depois tu vê aquela pessoa ali, de repente ela supriu as tuas expectativas ou não, aí ela não te supriu numa forma, mas se tu der a chance de conversar ela encaixa em outras formas que substitui, que podem substituir a outra.*

FLÁVIO (04/07/2018)

*No intuito de me relacionar, nunca.*

GUILHERME (11/07/2018)

*Ah sim, eu tinha dito que não? Eu tinha esquecido desse detalhe, foi a única pessoa que eu encontrei pessoalmente, a gente já conhecia, tivemos um namorado em comum. Eu namorei uma pessoa que namorou ele depois, aí houve um mal-entendido nisso tudo, e por fim a gente nunca chegou a se falar, aí no aplicativo do Tinder a gente acabou conversando e se conhecendo.*

ANTÔNIO (16/07/2018)

*Já saí, para dar uma volta, comer alguma coisa já fiz isso. Mas o Tinder para outras coisas, tipo para ficar, não. Eu me sinto mais confiante no cara a cara, porque eu gosto de conversar, de falar, e no Tinder eu me sinto muito engessado, muito preso, porque eu não consigo falar muita coisa, não gosto de estar escrevendo textão e explicando as coisas. Então se a pessoa convidar para dar uma volta eu aceito de boa, mesmo sendo a partir de uma breve conversa pelo tinder, eu saio.*

THIAGO (18/07/2018)

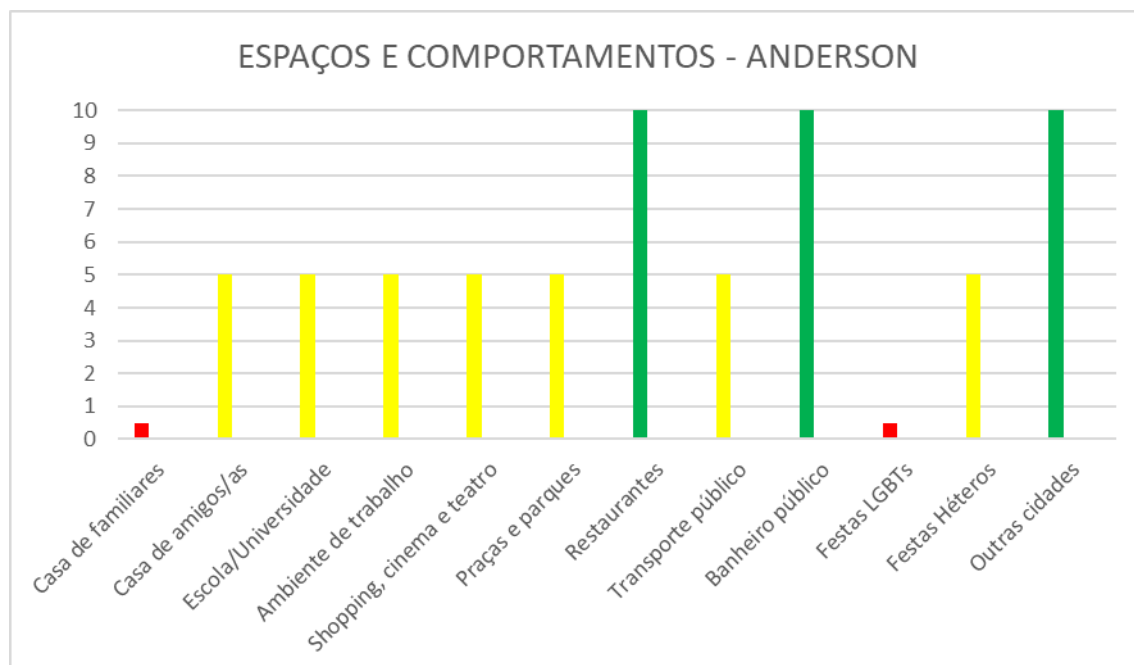
Num primeiro momento parece existir uma negação dos sujeitos em afirmarem que já se encontraram pessoalmente com algum parceiro. Porém todos de alguma forma já saíram do espaço virtual e o materializaram enquanto

espaço físico de encontros. Mesmo Guilherme apontando que nunca saiu do App para relacionamento, em outros momentos relata já ter encontrado pessoas que já eram conhecidas, o que é bem comum em municípios como Rio Grande, onde os espaços de sociabilidade LGBT são poucos.

Além disso, estabelecemos 12 espaços físicos e questionamos aos cinco entrevistados como eles se sentiam neles para expressar a sua orientação sexual, sendo as alternativas: bastante confortável, razoavelmente confortável e pouco confortável. Nos seguintes espaços: casa de familiares, casa de amigos/as, escola/universidade, ambiente de trabalho, shopping/cinema/teatro, praças/parques, restaurantes, transporte público, banheiro público, festas LGBTs, festas héteros e outras cidades.

Com isso, estabelecemos uma escala de 0 a 10, onde 0,5 é pouco confortável sinalizados com a cor vermelha, 5 é razoavelmente confortável sinalizados na cor amarela e 10 é bastante confortável sinalizados com a cor verde, para melhor visualização nos gráficos.

Gráfico 24: Espaços e comportamentos de Anderson.

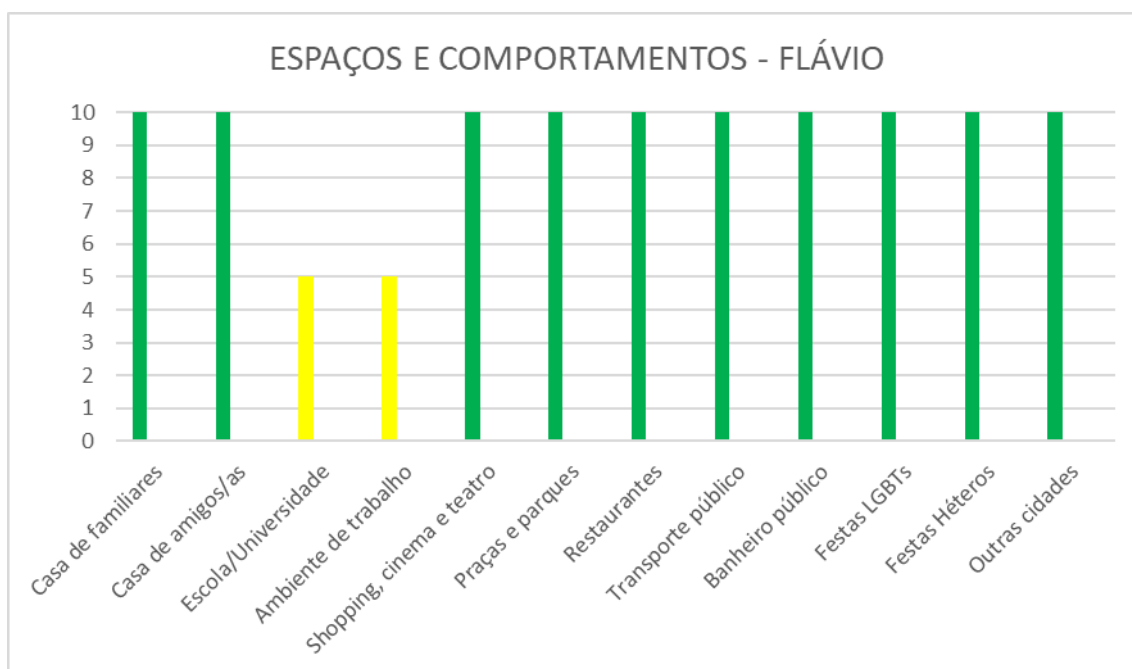


Fonte: Entrevista em profundidade. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

Anderson recentemente falou sobre a sua orientação sexual para a sua família, motivo pelo qual ele se sente pouco confortável na casa dos familiares. Segundo ele, apenas pessoas muito próximas sabem. Ao mesmo tempo relata

que os/as amigos/as que tem são da igreja que frequenta, neste sentido percebemos que ele se sente razoavelmente confortável. Outro ponto que destacamos são as festas LGBTs, Anderson não frequenta estes espaços, motivo pelo qual alega se sentir pouco confortável.

Gráfico 25: Espaços e comportamentos de Flávio.

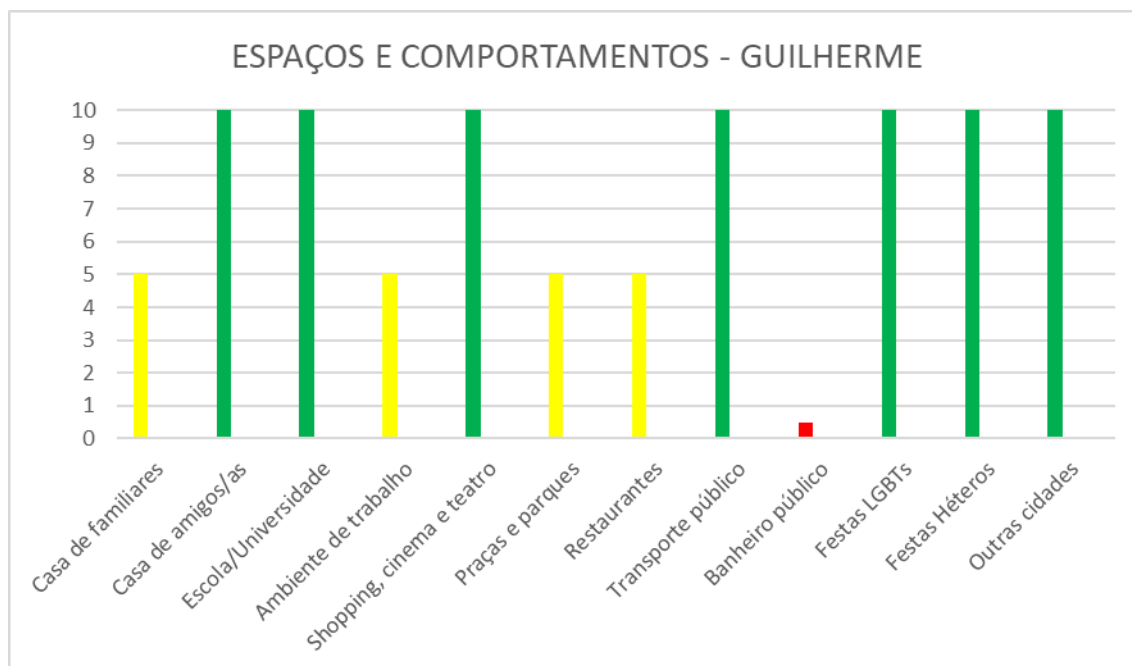


Fonte: Entrevista em profundidade. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

Flávio é alguém que lida com a sua orientação sexual de forma não sigilosa, relata que a sua família sabe e não tem grandes problemas com isso, se sente bastante confortável em quase todos os espaços listados, exceto na escola/universidade e no ambiente de trabalho. Flávio relata que nestes espaços ele precisa manter uma certa discrição, em virtude de lidar com um grande número de pessoas, com pensamentos e costumes diferentes do dele.

Ele também nos conta que o seu trabalho é predominantemente de homens brancos, com alta escolaridade, mas que não tem problemas no atual trabalho. Relatou que em seu antigo trabalho, a sua orientação sexual foi um dos motivos pelos quais ele foi demitido, alegando que o gerente tinha comportamentos preconceituosos e atribuía a ele o rótulo de uma pessoa fraca e sem capacidade.

Gráfico 26: Espaços e comportamentos de Guilherme.

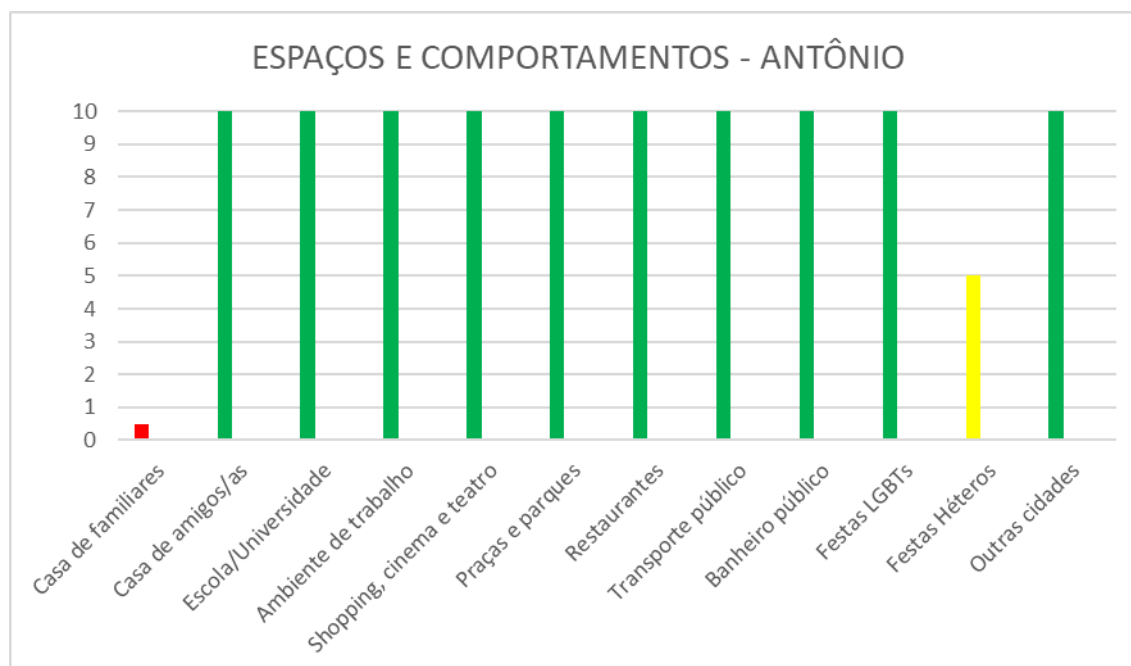


Fonte: Entrevista em profundidade. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

Guilherme não é assumido para os pais, motivo pelo qual se sente razoavelmente confortável em alguns espaços. Ele relata que não sente a necessidade de contar, uma vez que sua orientação é bissexual. Nos conta que sua família o deixa em dúvida sobre os seus posicionamentos.

Com isso, ele disse não saber ao certo qual seria a reação deles ao contar, caso necessitasse. O único espaço que Guilherme se sente pouco confortável é no banheiro público, nos relata uma história que já tentaram fazer algo com ele no banheiro forçadamente, sendo assim, ele evita este espaço.

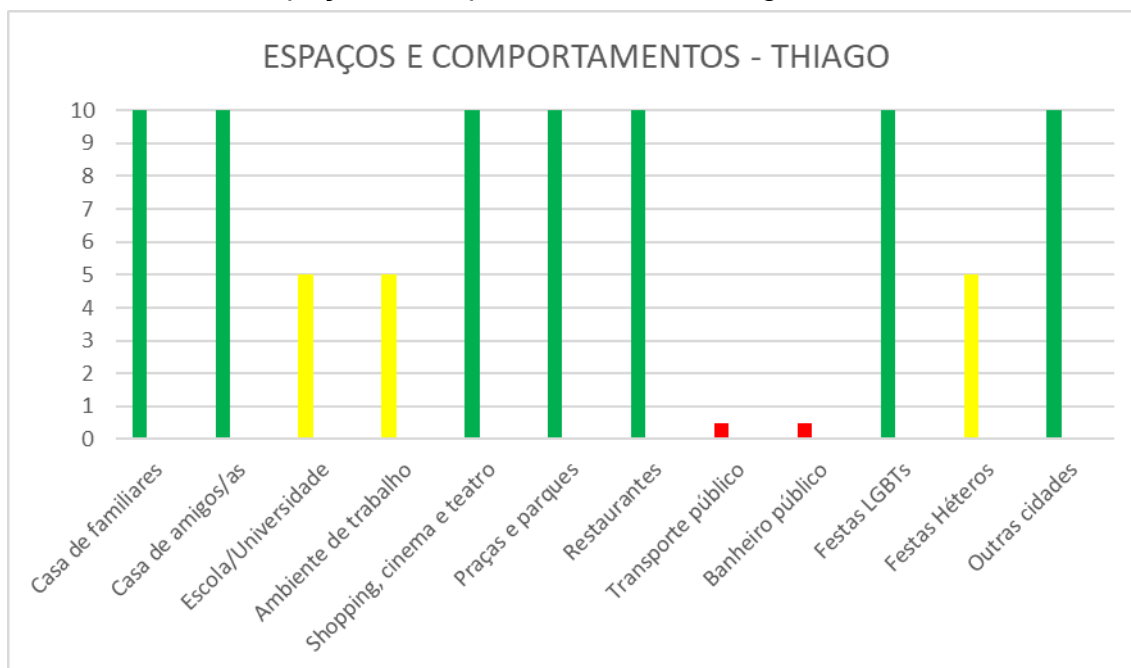
Gráfico 27: Espaços e comportamentos de Antônio.



Fonte: Entrevista em profundidade. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

Antônio relata que se sente bastante confortável na maioria dos espaços físicos listados, apenas na casa de familiares que ele se sente pouco confortável. Sua família não sabe de sua orientação sexual, ele relata já ter levado namorados e apresentado como amigo aos familiares e, também nos conta, que a família desconfia, porém não vê necessidade de contar. Lida bem com a sua orientação sexual, apenas se sente razoavelmente confortável em festas héteros com medo de possíveis agressões.

Gráfico 28: Espaços e comportamentos de Thiago.



Fonte: Entrevista em profundidade. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

Thiago lida com a sua orientação sexual de forma aberta, seus familiares sabem e relata não ter problemas com isso. No entanto em alguns espaços ele se sente razoavelmente confortável, como na escola/universidade, ambiente de trabalho e festas héteros. Assim como Flávio, ele relata lidar com um número expressivo de pessoas no seu cotidiano, sendo assim, necessita segundo ele, de uma certa discrição. Já nas festas, ele aponta o mesmo receio de Antônio, tem medo de possíveis agressões. O mesmo acontece nos espaços do transporte público e banheiro público, nestes dois o medo é intensificado.

Com isso, sobre as espacialidades, percebemos o seguinte: no espaço casa de familiares, Flávio e Thiago se sentem bastante confortáveis, atrelado ao núcleo familiar saber das suas orientações. No espaço casa de amigos/as, com exceção de Anderson, todos se sentem bastante confortáveis. Entendemos, a partir das leituras, que os/as amigos/as, muitas vezes são refúgios para os homossexuais. Já no espaço escola/universidade, apenas Guilherme e Antônio dizem ficar bastante confortáveis.

No espaço de trabalho apenas Antônio se sente bastante confortável. Já no espaço shopping/cinema/teatro apenas Anderson não se sente bastante confortável, os outros quatro relatam se sentirem. No espaço praças/parques,

Flávio, Antônio e Thiago relatam se sentirem bastante confortáveis. Já nos espaços de restaurantes, apenas Guilherme se sente razoavelmente confortável, em virtude de seus pais trabalharem no mesmo ramo de alimentação. No espaço transporte público, Flávio, Guilherme e Antônio se sentem bastante confortáveis.

Por outro lado, no espaço do banheiro público se sentem bastante confortáveis Anderson, Flávio e Antônio. Tanto Guilherme quanto Thiago relatam não se sentirem confortáveis neste espaço por situações passadas. Já no espaço de festas LGBTs, apenas Anderson não se sente bastante confortável, por não frequentar este espaço como já comentado. Por outro lado, nas festas heterossexuais, apenas Flávio e Guilherme se sentem bastante confortáveis, os outros três relatam medo e dizem se sentir razoavelmente confortáveis.

Quando questionados sobre os espaços de outras cidades, todos relatam se sentirem bastante confortáveis, assim acreditamos que a cidade natal, a qual eles residem, limita o potencial de cada um, assim como impede de exercerem suas sexualidades. Neste sentido, outras cidades, estariam mais distantes da rede de amigos, familiares e contatos mais próximos, assim, permitindo performatizar como se sentirem à vontade.

## **Eixo 2: Masculinidades**

Neste item definiremos as masculinidades produzidas pelos homens entrevistados, compreendendo-as como identidades dos sujeitos. Assim como existem várias formas de se fazer mulher, existindo várias feminilidades, também existem várias possibilidades de se constituir homem, assim várias masculinidades.

Silva e Ornat (2011) afirmam que “os estudos de masculinidades em outras ciências sociais são anteriores à sua emergência no campo da Geografia” (p. 32). Neste sentido os/as teóricos/as utilizados nos nossos referenciais são diálogos entre estes outros campos e a ciência geográfica.

Compreenderemos as masculinidades, no plural, sendo identidades, como afirma Seffner (2003) existindo um processo ativo poder de quem é nomeado e de quem nomeia no campo das masculinidades. O sentido de pluralizar o conceito, dialoga com pensamento do autor, assim rompendo com o essencialismo.

Os estudos de masculinidades em outros campos, é corroborado com os estudos de Conell (1995) que nos ajuda a construir a base teórica na Geografia. O conceito de masculinidade hegemônica, é abordado por Conell, porém nega a totalidade do poder, num sentido gramsciano.

Assim, Silva e Ornat (2011) afirmam que a imagem hegemônica não equivale a totalidade da vida de todos os homens. Por compreender que estes são transpassados pela religião, raça, etnia, sexualidade e idade. Fazendo com que existam grupos subordinados em detrimento das masculinidades hegemônicas. Neste sentido, o nosso segundo conceito de análise está pautado nas masculinidades, assim buscamos pontos de convergências entre os sujeitos e, como no conceito de espacialidade, não descartamos as divergências nos discursos, elas estão postas no decorrer do texto.

Quadro 3: Resumo do conceito de masculinidades.

CONCEITO	CONVERGÊNCIAS	RESUMO DA ANÁLISE
MASCULINIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forte</li> <li>• Reservado</li> <li>• Padrão</li> <li>• Não afeminado</li> <li>• Magros</li> <li>• Preconceitos</li> <li>• Medo</li> </ul>	Os sujeitos entrevistados afirmam existir um tipo de homem mais procurado no espaço do Tinder. Assim, de modo geral, atribuem características como, fortes, reservados e não afeminados. E estas estão presentes nos sujeitos entrevistados por medo de preconceitos da sociedade.

Fonte: Entrevista em profundidade. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.



Quando questionados sobre a possibilidade de existir um tipo de homem idealizado no aplicativo Tinder e quais seriam as características destes, as respostas foram as seguintes:

*Acho que sim, dependendo da intenção da pessoa, se ela está procurando um relacionamento o ideal pra ela vai ser o jeito da pessoa, o jeito dela te tratar. Mas se ela ta procurando pegação ou alguém pra ficar aí eu acho que aí ela vai estar procurando alguém com um porte físico meio fortinho, bonitinho, meio com estilo masculino [...] Tem o gay passivo e tem o gay ativo. O gay ativo ele tem uma característica meio hétero, pelas questões sexuais de penetração e tudo mais. Eu acredito que seja isso. É uma coisa complicada de se dizer, porque no meu caso eu acho que eu posso ser o ativo ou passivo para agradar a pessoa, se eu gostar dela eu vou fazer o que ela quiser, pra agradar eu faço o que ela quiser*

ANDERSON (01/07/2018)

*Depende das pessoas, quando tu estás no aplicativo tu estás em busca de alguma coisa, alguma coisa lá vai te chamar a atenção. Muitas coisas podem te chamar a atenção em determinadas pessoas, o meu gosto não é o mesmo teu, aí vai de relação de pessoa pra pessoa. Às vezes é uma foto, um olhar, o sorriso da pessoa, é algo fisicamente que vai atrair. Porque eu não vou clicar naquele like pra dar um match com qualquer pessoa, não! Eu gosto de pessoas mais reservadas, eu sei que eu sou gay, tem coisas que eu não gosto. Eu acho assim, tu é gay, tu está olhando pra mim e tu vê. Eu não tenho necessidade de falar mais fino do que eu realmente falo, ou fazer algum tipo de escândalo para mostrar que eu sou daquela forma ali. Acho que a partir do momento que tu vê e conversa comigo tu sabe que eu sou gay, então eu não tenho que gritar aos quatro ventos o que sou e o que tenho que deixar de ser. E é isso que me incomoda numa pessoa, tem pessoas que às vezes pra mostrar que são de um jeito, elas fazem escândalos demais, ao meu ver e eu não gosto. Então eu busco pessoas mais discretas, eu acho que tu não precisas se distanciar tu que tu é pra provar alguma coisa pra outra pessoa. É a mesma coisa na forma de se vestir, tem pessoas que pegam e usam coisas que não condiz com o que ela é. Eu acho que gay é uma coisa, Trans é uma coisa diferente, tem pessoas que nascem num corpo errado, então está aí a necessidade de ela pegar e ser parecido com uma pessoa mais feminina. Tem pessoas que ao meu ver elas acabam vestindo coisas mais chamativa assim porque para parecer para os outros que ela é daquela forma. Tem rapazes totalmente masculinos, tem barba e pelos, por mais que ela se sinta bem, qual é a necessidade do cara botar um sapato de salto e sair na rua? É querer chamar a atenção, porque não é algo comum que tu vê todo dia na rua. Porque certas coisas é para um certo tipo de pessoa usar, e outro tipo é para outros. Nem tudo se encaixa!*

FLÁVIO (04/07/2018)

*Sim, no meio heteronormativo, seria um homem alto, branco, meio musculoso, mas não aquele musculoso monstro, sabes? Definidinho, que tem braço. E geralmente no meio hétero tem que ter carinha de gente rica, como minha mãe diz de pedigree. Se a gente quiser sair numa pizzaria, ele vai ter que levar a menina. No meio LGBT, acho que é mais o que eu vejo, com os gays que eu converso, geralmente eles tem mais interesse em homens altura mediana, não tão altos, mas geralmente são homens bem magros, é uma coisa que eu acho bem estranho, gays geralmente gostam de pessoas bem magrinhas, sabes? Mas magras que o normal, bracinho fininho. Mas acho que o padrão dos gays é esse. Também tem o padrão dos ursos, que é onde eu me encaixo, que tem um pessoal que gosta, mas que tem que ser geralmente o pessoal gosta dos ursos não tão ursos, mais lontras, digamos assim. O lontra é o urso, só que magrinho e peludo*

GUILHERME (11/07/2018)

*Acredito que seja um homem talvez que não demonstre ser tanto gay quanto os outros é bem relativo, não o enrustido, mas sim aquele homem não afeminado, não tão mulher, um homem mais homem. Conversando com amigos, percebo que a preferência sempre a busca é por um homem com jeito de homem, não afeminado, não com trejeitos femininos.*

ANTÔNIO (16/07/2018)

*Acho que sim, uma pessoa bem resolvida, não só financeiramente. As pessoas não querem pessoas perdidas e complexas, pessoas que não sabem o que querem da vida, não falando de mim, mas no geral. Procuram uma pessoa que seja legal, bacana, que seja um pouco diferente das pessoas que ela conheceu ali e não conseguiu ter um contato maior. Sempre que a pessoa dá um match é uma nova chance de conversar e tentar conhecer mais alguém, entendeu? Foi o que eu te disse, querendo ou não sempre vai ter aquela porcentagem do visual, a pessoa vai idealizar um cara bonito, um cara padrão. Tem gente que só curte cara de barba, se o cara tiver barba já sai dando like, nem viu nada do cara. Acho que não tem uma coisa geral, um padrão geral, eu acho que é muito característico de cada pessoa. Não tem aquilo 'ah esse aqui é gosto nacional, 50% querem esse tipo de homem aqui', vai da individualidade. No meu caso mesmo eu não procuro que a pessoa seja, assim, assim e assim*

THIAGO (18/07/2018)

É importante refletir que nos discursos dos cinco entrevistados, existem pontos de convergências, quando questionados sobre existir um tipo de homem idealizado no aplicativo e o atributo dos mesmos. No entendimento de Anderson, existe um tipo de homem mais procurado, e este teria como características o corpo mais forte com jeito mais masculino. Quando questionado sobre o

entendimento dele de gay mais masculino, ele atribui a preferência sexual. Deixando explícito que gays ativos teriam uma maior masculinidade, em detrimento dos gays passivos.

Anderson nos faz pensar sobre as masculinidades hegemônicas, impostas por um padrão social, heteronormativo e regulador. Neste sentido, atribui-se aos gays com corpo mais forte e ativos, uma masculinidade maior e padrão. A partir de Anderson, pensamos que o aplicativo é um espaço regulado como o espaço físico, nele tem as suas normas, condutas e regras também impostas pela sociedade.

Em momento algum pensamos que o virtual se opõe ao espaço físico, pelo contrário, são espaços e caminhos que se complementam, são territorializados a partir de interesses, desejos, táticas e negociações. O discurso de Anderson é pautado na matriz heterossexual, compreendendo as masculinidades de homens gays a partir de suas representações espaciais.

Já Flávio compreende existir um tipo de homem idealizado, assim como Anderson, ele aponta características que historicamente foram ditas como hegemônicas. Para Flávio o homem gay não precisa falar fino, tampouco usar roupas ditas para o gênero feminino. Sobre isso acreditamos que, nesse discurso, Flávio tece críticas as identidades de alguns sujeitos, não compreendendo o significado de alguns posicionamentos homossexuais. O discurso de Flávio não leva em consideração as masculinidades subordinadas, cúmplices e marginais, propostas por Connell (1995). Neste sentido, o discurso dele nega a existência de poder exercer outras formas de ser homem.

Para Guilherme, existe um padrão de homem, sempre atribuído a um corpo diferente do dele, sendo os mais magros e não tão altos, geralmente brancos. É importante refletir sobre o discurso dele, porque sua orientação é bissexual, então ao mesmo tempo que ele afirma existir um padrão de homem no meio gay, ele também se coloca numa posição heterossexual, apontando homens com corpos musculosos como o padrão. Seffner (2003) já havia apontado em sua tese o conceito sobre a masculinidade bissexual. Aferindo quatro representações que interpelam os sujeitos e tratam do conceito, masculinidade bissexual.

O primeiro ponto para Seffner (2003) estaria pautado na indecisão de homens que não conseguem assumir a homossexualidade nem a heterossexualidade. O segundo ponto para o autor estaria na masculinidade bissexual como a sexualidade do futuro, para além da polarização. O terceiro ponto estaria atravessado pela ideia da intensificação e busca pelo sexo, associando assim a uma possível promiscuidade. E o quarto ponto pautaria a valorização da beleza, do corpo e da amizade “verdadeira” entre homens.

Mesmo que não seja o foco deste estudo, a masculinidade bissexual se torna um atravessamento no discurso de Guilherme, por compreender que ele vive essa masculinidade de forma tangencial, diferente dos outros sujeitos. Guilherme é militante, tem um discurso da militância, dentro e fora do meio universitário, percebemos ao longo dos discursos que ele se posiciona o tempo todo, como alguém que vive e problematiza tais questões.

Guilherme assim, nos ajuda a pensar que, mais do que padrões de masculinidades, como afirmamos no referencial teórico, existem possibilidades de exercer as masculinidades. Tanto que ele afirma existir outras formas de preferências, como a comunidade dos ursos. Nestas os homens gays possuem um aspecto mais rude, corpos mais gordos, podem ter pelos no corpo ou não, depende da “categoria” que eles se encaixam.

Para Antônio existe um tipo de homem, sendo aquele não afeminado, sem os atributos ditos femininos, alguém que não seja afeminado. Tanto Antônio quanto os outros entrevistados, distanciam as características do homem ideal do que a sociedade coloca como comportamentos femininos. Neste sentido o distanciamento do feminino, produziria o masculino ideal? No discurso de Antônio, sim.

No entanto, como nos aponta Silva (2012) as vivências de masculinidades são indissociáveis das feminilidades. Podendo existir masculinidades em corpos considerados femininos, e feminilidades em corpos considerados masculinos, as vivências são múltiplas, plurais e o processo de se fazer homem é social e histórico.

E para Thiago, não existe um homem ideal, porém, existem homens ideais, ou seja, múltiplas masculinidades exercidas neste espaço. No entanto, aponta que visualmente a pessoa sempre vai buscar alguém bonito e padrão. Importante refletir sobre a palavra padrão, ela está presente nos discursos dos sujeitos, em quase sua totalidade. Mesmo que aferimos não existir padrões de masculinidades, mas sim possibilidades, os sujeitos apontam algo padronizado, que não foge da norma. Miskolci (2017) aponta que desde o fim da Segunda Guerra Mundial, corpos musculosos e sarados moldariam o imaginário homossexual. Quando revistas começaram a serem produzidas para incentivar ex militares a manterem o corpo em forma, a disseminação delas se deu para outros públicos, oportunizando o prazer visual erótico.

Assim quando questionados sobre os tipos de homens que chamam a atenção deles, a respostas foram as seguintes:

*Olha eu geralmente procuro pessoas que elas me entendam, que elas tenham passado pelo que eu passei, que elas não sejam pessoas tão socialmente conhecidas. Gosto de pessoas que sabem o que é estar correndo atrás de pessoas e bater com a cara na porta. Que saibam o que eu já passei e que tentam me entender, que tentam me compreender. Fisicamente eu gosto de pessoas talvez brancas, um pouquinho mais fortinho, gordinho mais ou menos assim.*

ANDERSON (01/07/2018)

*Primeira coisa que eu vejo é negócio da idade, isso aí acho que é até uma forma de preconceito minha, porque eu já fiquei com pessoas mais velhas, acabei ficando com pessoas mais novas, eu sempre tenho em mente que pessoas mais novas não vão suprir as minhas necessidades. Ou então, como não tem vivência não sabem muito da vida e de repente possa ser que eu não venha a ter compatibilidade com ela. Então pra mim eu prefiro pessoas mais velhas, sempre mais velhas, que são mais vividas e já sabem mais um pouco da vida. Eu tenho no meu consciente de que pessoas mais velhas, mais vividas elas vão saber entender mais do que eu necessito porque já passaram por diversas situações. Já tiveram outros relacionamentos, já quebraram a cara bastante vezes, já tem mais experiências. Mas já fiquei com pessoas mais velhas que eram totalmente ao contrário do que eu pensava que eram, e já fiquei com pessoas mais novas que me surpreenderam bastante. É um modo como eu penso, me chama a atenção pessoas mais velhas, mas as vezes não quer dizer nada também, né?*

FLÁVIO (04/07/2018)

*Então, geralmente os homens que me chamam mais a atenção seriam aqueles como eu gostaria de parecer. Que é como eu te falei, eu estou super bem com o meu corpo, só que se eu pudesse ser mais magro do que eu sou, eu seria. Não querendo chegar no padrão, aí seriam homens que são meio parecidos comigo, um pouco acima do peso, mas podem ter barba ou não, não necessariamente precisam ser brancos. Mas eu já tive interesse em pessoas bem magrinhas, sabe? Eu acho muito bonito, as vezes eu tenho muito interesse também, mas a maioria das vezes é homem assim um pouco ... não estão no padrão, mas estão um pouco acima do peso, geralmente. E a maioria tem barba e tal, mas não seria uma característica que precisam ter.*

GUILHERME (11/07/2018)

*Isso é muito relativo, foi como te expliquei vai do que tu estiveres procurando hoje, eu para amizades pode ser gordo ou magro, sexo também pode ser gordo ou magro, relacionamento também. Vai muito daquilo que tu procura! Se tu procura sexo, não necessariamente precisa ser com um corpo gostoso, mas atrai bastante.*

ANTÔNIO (16/07/2018)

*Físico eu não tenho um tipo, eu gosto de pessoas divertidas, não gosto de pessoas pessimistas, gente que acha que por qualquer coisa a vida é uma droga, eu não tenho muita paciência para esse tipo de pessoa. Eu gosto de pessoas positivas, divertidas, resolvidas que sabem o que querem, que não estão perdidas. Eu não procuro pessoas para reclamar, procuro para me distrair, conversar...Eu não gosto de gente muito neurótica, tipo desconfiada com tudo, gosto de pessoas simples assim.*

THIAGO (18/07/2018)

Neste sentido, quando indagados sobre os tipos de homens que lhes chamam a atenção, nos deparamos com discursos que afirmam corpos e masculinidades hegemônicas e dominantes. Para Anderson, o tipo de homem ideal seria aquele não tão conhecido, o discreto, alguém que não tenha tantos laços sociais já estabelecidos. Ao mesmo tempo que afirma os atributos físicos destes, devem ser brancos, fortes ou até mesmo gordos.

O discurso de Anderson vai ao encontro do que Conell (1995) compreende por hegemônicos, e os grupos que ele classifica sobre masculinidades. Assim, o discurso de Anderson se encaixa em dois destes grupos de Conell, um que estaria ligado aos atributos físicos e o outro a normatividade.

Já Flávio, não aponta atributos físicos deste homem, apesar de em outro momento dizer que não acha ideal homens se vestirem com roupas femininas. Este discurso se aproxima do quarto grupo definido por Conell (1995), assim existindo papéis de homens e de mulheres, numa visão sexista. Segundo Lima e Couto (2018) é uma tendência valorizar a virilidade e marginalizar as feminilidades, principalmente a partir da década de 1970. Neste sentido, para os autores os gays viris se tornaram hegemônicos e, convivem com outras vivências das masculinidades no ciberespaço.

Todavia, Flávio foca na questão da idade, afirmando que homens mais velhos são os que mais o atraem. Talvez aqui exista um paradoxo no discurso dele, que ele mesmo não sabe, que é o fato do Tinder em Rio Grande ser predominantemente territorializado por jovens de 18 a 24 anos, correspondendo a 54% daqueles que responderam os questionários da pesquisa. Assim, nos parece neste momento, que Flávio busca algo além da idade, por trás do que ele verbaliza na entrevista.

Por outro lado, Guilherme aponta que o tipo de homem que chama atenção é aquele que ele gostaria de parecer, ao mesmo tempo que faz uma afirmação alegando estar bem com o seu próprio corpo. Ele afirma que podem ser homens parecidos com ele, com ou sem barba, afirmando que já teve interesse em pessoas bem magrinhas. Salientamos que Guilherme o tempo todo da entrevista afirma não buscar nada no espaço do aplicativo, ao mesmo tempo que entendemos que a relação corpo/espaço para Guilherme é fundamental para ele não conseguir parceiros em potenciais.

Assim, o discurso de Guilherme vai ao encontro do que Silva (2016) nos apresenta sobre a relação do corpo com o espaço, afirmando que os corpos são capazes de criar condições de existências dos sujeitos. Neste sentido, os estágios corpóreos como velhice, saúde, juventude, doença e deficiência são importantes para a compreensão do espaço geográfico, pois cria diferentes abordagens na investigação do espaço.

Antônio, por sua vez, afirma que depende muito do que ele está buscando naquele momento, amizade ou sexo, mas que isso independe se a pessoa é

gorda ou não, mas ao mesmo tempo ele afirma que um corpo gostoso o atrai. Refletindo sobre o discurso dele, percebemos que em outros momentos Antônio tem escapes das perguntas, talvez a palavra gordo tenha peso significativo para ele em frente ao pesquisador.

E Thiago não atribui características físicas a estes homens, ele apenas nos coloca que estes devem ser bem resolvidos com suas vidas, divertidos e distantes de pessimismo. Temos a mesma sensação que tivemos com Antônio, percebemos em Thiago uma representação neste instante, por perceber em outros momentos da entrevista escapes que nos dão pistas que ele possui outras intenções, tanto nos aplicativos, quanto no discurso proferido por ele. Assim, Thiago acaba por verbalizar algo, deixando um não dito por trás da enunciação.

Assim, caminhamos em direção a homossexualidade, entendemos que essa questão seja um atravessamento que esteja relacionada a percepção das masculinidades, todos os cinco entrevistados se definem como homens gays, neste sentido questionamos a percepção deles sobre a homossexualidade. As respostas foram as seguintes:

*A minha concepção sobre a homossexualidade se reflete muito sobre a minha religião, ao que eu acredito, ao que eu vejo, o que sinto, ao que a vida foi me mostrando o que era a “verdade” sobre a homossexualidade. A gente vê que tem muita igreja que não abraça os homossexuais como eles devem ser abraçados, porque simplesmente dizem que é pecado e que tu vais para o inferno se tu começar a seguir a vida e se relacionar com homens ou com mulheres, dependendo do caso. E a minha concepção é diferente eu não vejo assim, eu acho que a gente tem que abraçar todos, a gente tem que amar todos, não é a homossexualidade, não é cor, não é nada disso que vai nos impedir de amar as pessoas.*

ANDERSON (01/07/2018)

*[...] Eu sei que eu ando maquiado, hoje eu não estou, mas eu ando sempre maquiado, então se a pessoa me olhar ela vai ver que sou gay, eu não preciso estar fazendo coisas que eu ache demais para pegar e mostrar para aquela pessoa que eu sou daquele jeito, e pegar e ter um tipo de respeito, coisa assim, fazer a pessoa me aceitar do jeito que sou [...] A gente não é diferente um do outro, a gente veio de uma mesma coisa, só que com pensamentos e gostos diferentes, é só o que nos afasta de ser igual a todo mundo. Eu sei que algumas pessoas não gostam de mim pelo fato de eu ser gay, outras pessoas não gostam de mim pelo fato de eu ser grosso, eu sou muito ignorante, eu sou*



*bipolar, eu estou bem agora, estou calmo, estou rindo, estou brincando, em 5 minutos eu posso estar brigando e te soltando as patas por nada. Há diversas formas de tu não gostar de uma pessoa.*

FLÁVIO (04/07/2018)

*Minha percepção é algo normal, é algo que tá aí né? Tá aí que nem a árvore tá ali. É natural, normal. O problema é que o ser humano, pra tentar entender muita coisa, criou muitas outras coisas, e aí criando essas coisas ele prejudicou muita coisa que era natural e demonizou muita coisa que era normal e natural. E com relação ao meu cotidiano, eu lido de uma forma super bem. Depois de ter acontecido um episódio que meu amigo foi agredido numa festa por ser gay, ele levou um soco do cara do nada. Aí a gente começou a evitar de ir um pouco em festa hétero, hoje em dia eu me sinto mais confortável em festa LGBT pelo fato do pessoal ser mais livre [...] Entendo como algo normal, mas as pessoas entendem que é um homem que quer ser mulher, tem que ser muito afeminado, tem que gostar de maquiagem e eu acho que é isso que as pessoas entendem, mas que não deveriam entender. Porque eu acho que o homem gay é um homem que gosta de homem, e isso não vai definir o caráter dele, o que ele gosta de fazer, o que ele trabalha, o que ele veste. Se ele gostar de vestir uma saia, legal! Uma saia não é uma peça feminina, uma saia é uma peça de roupa é um tecido. Se ele gosta de usar cropped ele usa, se ele quiser usar luva de boxe ele usa e tudo bem, se ele quiser ser policial, ótimo sem problema. É a mesma coisa que uma pessoa heterossexual, só que ele gosta de uma pessoa do mesmo gênero.*

GUILHERME (11/07/2018)

*Eu vivo de forma tranquila, não fico me preocupando se estou dando pinta ou não, mas eu procuro não dar, mas eu consigo te dizer sobre a percepção de como eu levo a minha vida gay no meu dia a dia, porque sou bem aceito, por pessoas que estão ao meu redor. Eu procuro não dar pinta talvez por medo de preconceito, não sei, talvez seja o meu jeito mesmo, não sou tão feminino assim.*

ANTÔNIO (16/07/2018)

*Eu lido normalmente, sou uma pessoa normal. Não sou diferente lá do meu irmão que é casado, sou homem, independente da minha opção sexual o meu gênero ainda é masculino, sou homem, me considero homem. Nunca tive motivos para dizer que sou diferente dos outros. Até porque nunca me trataram de forma diferente, eu sei que isso é bem raro, porque geralmente acontecem esses inconvenientes, mas comigo nunca aconteceu [...] Cara é um meio que a gente está que é muito complicado, é um meio que sofre com preconceito mas que dentro dele tem muito preconceito. É como eu te falo, eu não sou muito ativo no meio, até porque eu não saio muito de casa, e pra ir pra festas gays e tudo mais, dificilmente eu saio. Cara é mais um meio perante a sociedade, com suas complicações, com suas coisas positivas, com as suas*

*alegrias, suas tristezas também. Tem muita coisa, infelizmente essa parte do preconceito é a parte mais triste do nosso meio. E quando o preconceito é dentro do meio pra mim é mais infeliz ainda, é mais triste ainda. Era o que eu estava conversando com meu amigo que disse que era bissexual, para o meio gay cara não existe bissexual, as pessoas dizem que é uma fase de transição, que daqui a pouco vai virar só gay, é o indeciso. Claro, e isso é preconceito! E tu vê pessoas de grupos sociais que lutam pelos LGBTs que falam isso, dizendo 'que bi que nada, esse daí daqui a pouco já está batendo cabelo na boate'. Ele pode estar batendo o cabelo na boate e ser bi também. É um meio bem padronizado, se tu é assim, assim, assim tu é isso. É um meio por colunas, se tu é delicado e frágil provavelmente tu é passivo e se tu é todo parrudão, fortão e bem másculo, então tu é ativo, sabes?*

THIAGO (18/07/2018)

Quando questionados sobre as homossexualidades os cinco homens dão importantes pistas sobre suas percepções e a relação com as masculinidades. Anderson atribui sua percepção e relaciona a sua religião, salientamos que ele é evangélico e frequenta todo final de semana. Importante pensar a questão que ele traz sobre a não aceitação da religião evangélica e relacionarmos com o questionário aplicado para caracterizar os participantes.

Assim, recordamos que 50% dos entrevistados são de religião de matriz africana, em contrapartida apenas 6% são evangélicos. Sabemos da existência de igrejas inclusivas, no entanto afirmamos, a partir dos dados produzidos, que parece existir uma aceitação e acolhimento maior das religiões de matriz africana.

Para Flávio não existe diferença entre homossexuais e heterossexuais, o que pontua são os gostos opostos. Ao mesmo tempo que diz existir pessoas que não gostam dele por ser gay, existem outras que não gostam pelo jeito dele. Nos parece num primeiro momento que Flávio se distancia de uma realidade vivida pelo público LGBT frequentemente, pautada numa matriz heterossexual, reguladora dos desejos e vontades. Assim como em outros momentos, Flávio nos deixa explícito que o comportamento dos gays afeminados é um problema para ele. Neste ponto, os corpos afeminados circulam no ciberespaço como formas de resistências as masculinidades hegemônicas (LIMA e COUTO, 2018).

Já Guilherme compreende a homossexualidade como algo natural, apesar de afirmar que para algumas pessoas ser gay está atrelado a querer ser mulher e ser afeminado. Diferentemente de Flávio, em outro momento, Guilherme aponta que não é a roupa que define quem a pessoa é, podendo usar aquilo que ela se sentir à vontade. Entendendo assim que o gay é aquele que apenas gosta de alguém do mesmo gênero.

Novamente percebemos em Guilherme um discurso da militância, de alguém que está imerso em coletivos de resistência e em discussões potentes de reflexões. Entendemos neste sentido, que o discurso dele está pautado nas vivências acadêmicas e nas imersões de discussões sobre as pluralidades dos sujeitos.

Antônio num primeiro momento escapa do questionamento, porém afirma que vive sua homossexualidade de forma tranquila, confortável, sem se preocupar se está “dando pinta” ou não. Afirma que é bem aceito por todos, ao mesmo tempo que se contradiz e coloca que procura não “dar pinta”, por medo de preconceito, afirmando, no entanto, não ser feminino.

E Thiago nos coloca a refletir sobre o meio LGBT, pontuando questões potentes de discussão. Num primeiro momento ele afirma não ser diferente do irmão que é casado e nunca sofreu por ser um homem gay. Mesmo pontuando que isso é algo bem raro, e nesta situação ele é um privilegiado.

Thiago afirma que o preconceito é algo triste na vida de um homem gay, ao mesmo tempo que atribui um peso significativo sobre o preconceito dentro do meio LGBT. Dizendo que o preconceito já é algo ruim, porém quando vem dos próprios LGBTs se torna algo pior, algo ruim. Utilizando como exemplo a bissexualidade, afirmando que alguns entendem como um momento de transição dos sujeitos, inclusive pessoas que militam pelo público LGBT.

Neste sentido, percebemos uma convergência nos discursos sobre os gays afeminados e o preconceito. Para Lima e Couto (2018, p. 131) “este movimento hegemônico do corpo musculoso e considerado viril gera o ocultamento dos corpos dissonantes [...] especialmente corpos afeminados”. Ao mesmo tempo que os sujeitos entrevistados apontam a problemática, se assim podemos

compreendê-la como, eles se distanciam reforçando estereótipos hegemônicos de masculinidades e, rejeitando corpos afeminados.

### ***Eixo 3: Corporeidades***

O corpo se constitui como importante dispositivo de atração no aplicativo Tinder, compreendendo-o assim como as masculinidades, que este é um fator de caracterização das mesmas. Neste sentido, buscamos entender a relação do corpo dos sujeitos com o espaço do aplicativo. Cabe ressaltar que na ciência geográfica os estudos sobre o corpo como afirma Silva e Ornat (2016) foi considerado um tema raro por muitos anos. Assim, este passa a ser considerado como um elemento geográfico, quando se compreende que a produção do espaço não se dá por sujeitos neutros. Neste sentido os corpos fazem diferença nas relações espaciais, sendo atravessados e produzidos pela relação tempo e espaço.

Neste sentido, Couto (2005) afirma que o processo acelerado da vida contemporânea atravessa todos os estágios de nossas vidas, assim incluindo os estágios corpóreos. A relação temporal com o corpo proposta pelo autor, assim como Silva e Ornat (2016) apontam, é algo que interpela as fases e condições corporais. Assim, Couto (2005) afere que as novas tecnologias impactam diretamente no processo e vontade de mudanças corporais, neste sentido exclui-se a ideia de qualquer imperfeição sobre o corpo a partir da emergência das tecnologias.

Todavia, afirma Couto (2005, p. 3) “o culto ao corpo se tornou um estilo de vida, mas de uma vida tecnocientífica. A promessa fascinante de um ganho suplementar de saúde, juventude e beleza conquistou um espaço [...] na mídia, em todas as esferas do nosso cotidiano”. Para o autor este corpo inacabado está sempre disposto a aumentar seus níveis performáticos, atendendo as novas demandas de prazer e padrões.

Com isso, o culto ao corpo e a valorização da juventude são marcas da sociedade contemporânea, entendendo que as mídias têm forte influência sobre

os sujeitos/corpos. E o aplicativo Tinder é uma das mídias potentes de supervalorização dos corpos em detrimento dos desejos. Segundo Lima e Couto (2018, p. 129 – 130) “o corpo se coloca como o principal objeto de consumo no mercado dos desejos voláteis e cada sujeito se empenha em promover a visibilidade de si”.

Com isso Costa *et. al.* (2017, p. 357) pensa no corpo a partir das ideias de Henri Lefebvre, sobre a produção das espacialidades pelos corpos. Entendendo assim que “o corpo é a espacialidade vivida, contido nele mesmo, só explicado por ele mesmo, conduzido por remodelações de atos e pensamentos externos a ele, efetivos por sua originalidade de avaliar-se em relação ao que acontece ao seu redor”.

Neste sentido o nosso terceiro conceito de análise está pautado nas corporeidades, assim buscamos pontos de convergências entre os sujeitos e, como no conceito de espacialidade e masculinidades, não descartamos as divergências nos discursos, elas estão postas no decorrer do texto.

Quadro 4: Resumo do conceito de corporeidades.

CONCEITO	CONVERGÊNCIAS	RESUMO DA ANÁLISE
CORPOREIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corpos magros, sarados e em forma.</li> <li>• Preconceito corporal</li> <li>• Corpo como dispositivo de atração</li> <li>• Insatisfação com o próprio corpo</li> <li>• Mudanças no corpo</li> </ul>	De um modo geral, percebemos que os discursos dos sujeitos estão marcados pela norma. Eles entendem que existe um tipo de corpo mais procurado no aplicativo Tinder e este é regulado por normas impostas pela sociedade. Corpos magros, sarados e em forma são os mais desejados, em contrapartida corpos que são disformes do padrão sofrem preconceito nos espaços virtuais. Neste sentido existe uma convergência de

		insatisfação com o próprio corpo dos sujeitos entrevistados ao mesmo tempo que apontam que mudariam algo neles.
--	--	---

Fonte: Entrevista em profundidade. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

Quando questionados sobre a possibilidade ou não de existir um tipo de corpo mais procurado no aplicativo Tinder, as respostas foram:

*Olha eu não acredito muito nisso, porque no meu caso eu não sigo um estereótipo. Eu não sigo esses estereótipos de físicos, 'ah o homem que tem um corpo bem definido, que faz academia' eu particularmente não curto isso eu vejo que tem muita gente que procura, mas eu não sigo isso.*

ANDERSON (01/07/2018)

*É, todo mundo visa a estética né? Realmente se as pessoas dão match com alguém, a partir desse momento elas se interessaram por alguma coisa, não é pelo que a pessoa é ou pelo que ela falou, algo do corpo, alguma coisa chamou a atenção dela para ela ter dado match. E é o que todo mundo mais ou menos procura né? Um corpo bonito, um corpo mais esbelto, um corpo mais ... isso é o que eu acho que as pessoas mais ou menos procuram, eu não me importo com isso. Eu gosto de pessoas, não gosto de tipo físico. Claro que eu tenho as minhas preferências, se pudesse ser uma pessoa mais alta, porque eu gosto de pessoas mais altas que eu, prefiro. Mas não é algo que define que eu vá sair ou não com essa pessoa, ou o fulano é mais gordinho eu não vá sair com ele. O pessoal busca um corpo mais atlético, mais sarado, quem já faz academia, que já tem um corpo mais preparado, um corpo mais certinho, mais regulado, acho que mais ou menos é isso que as pessoas procuram.*

FLÁVIO (04/07/2018)

*Com certeza, existe um tipo de corpo mais procurado em ambos, em todos os ambientes tem, mas sim existe. Vou dar dois exemplos, geralmente o cara procurado por meninas é o cara mais musculoso, mais definido, geralmente alto, com barba e geralmente branco. O público LGBT, é mais aberto só que até lá. A grande maioria, a grande massa sempre está em busca de gente muito magro, aqueles meninos que são bem magrinhos, não são musculosos, mas são bem magrinhos, geralmente brancos. Mas o público LGBT também é mais aberto, na minha visão, consegue se relacionar com pessoas negras ou pardas, do que o padrão heteronormativo. Querendo ou não, o corpo em si é*

*magro sempre. No caso hétero é mais musculoso, porque também na heteronormatividade tem toda esse negócio de parecer másculo, tem tudo a ver com músculo. Mas no meio LGBT, também tem um padrão, não tem tanto de ser musculoso porque a gente tenta desconstruir todo dia a heteronormatividade que não é algo normal e saudável, ter que ser super másculo para ser considerado um homem. Geralmente então são corpos magros, “bonitos” (entre aspas) é isso que vendem. É isso que a mídia vende, que o bonito é ser magro, esbelto [...] tanto que foi uma coisa que eu estava pensando esses dias, estava discutindo com um amigo, e eu tinha dito que um amigo dele é bem padrão, e ele tinha falado que não porque ele era negro. E eu pensei, de fato ele não é o padrão por não ser branco, mas eu estava falando em questão de corpo, o corpo dele é definido, parece um cara que faz academia todos os dias. Ele é um cara padrão. E é o que a mídia vende! Tanto que eu pedi pra ele me dar três exemplos de filmes, séries ou qualquer outra coisa, que tenha um ator homem, que seja gordo, e que não seja a nível cômico. Nem eu sei três exemplos, isso foi algo que sempre esteve na minha vida, em qualquer desenho ou alguma coisa, eu sempre vi do personagem gordo ser a nível cômico. Eu acho muito bonito, hoje em dia, que as pessoas estão cada vez mais sendo representadas, se vendo cada vez mais em vários meios. Por exemplo Pablo Vittar entrando na Globo, pra mim é maravilhoso. Mas de certa forma eu não me sinto representado, porque querendo ou não essas pessoas sempre são magras. E aí eu nunca conseguia me ver, porque eu nunca tive alguém que eu olhava que era olhada pelos outros e vista como galã ou bonito. Tanto que para mulheres gordas também é difícil, as modelos gordas plus size, que não são plus size, por exemplo se for olhar em instagram é muito mais fácil achar conteúdo e mulheres que são gordas de fato, falando das dificuldades de ser gorda e mostrando roupas ou lojas ou dicas para essas pessoas do que pra homem. Porque eu acho que tem muito isso do homem ser másculo e ter que ser gostoso que eu acho que é mais difícil ter homens falando sobre isso porque quando eles são assim, eles não querem falar sobre isso. Aí acontece de não ter, tanto que até hoje eu paro pra pensar algum ator gordo que seja visto como sexy symbol, ou alguma coisa do tipo, e não tem. Às vezes eu fico pensando, eu queria comprar uma calça, mas todas as lojas do calçadão não têm calça do meu tamanho, aí eu penso será que tem alguma loja online, aí eu procuro e só acho loja para mulher.*

GUILHERME (11/07/2018)

*Olha é difícil de dizer porque cada um tem interesse em algo, tem pessoas que gostam de pessoas magras, tem pessoas que gostam de gordinhos, tem gente que gosta de sarados, musculosos, baixinhos, altos, é indiferente. É difícil falar pelos outros, entendeu? Eu, o meu perfil é normal, eu procuro pessoas magras, nem muito, de magras a gordinhos, não tenho preferências por corpo às vezes depende do que tu procura, né? Se tu estás procurando sexo é obvio que com um corpo mais bonito e mais sarado vai ser mais interessante [...] Porque realmente, esteticamente falando um corpo gostoso, um corpo sarado dá mais atração em tu sentir mais tesão, prazer. É inclusive quando tu estás procurando vídeo de sexo na internet é o que tu mais encontra, então aquilo*

*estimula o teu prazer, meio que te influencia a querer corpo mais bonito, mas nem sempre, depende da necessidade da pessoa vai qualquer um. Mas não quer dizer que uma pessoa magra demais que não tenha nada também não vais sentir atração, até porque tu estás procurando sexo. Mas para uma relação ou algo a mais, eu mesmo não procuro corpo não procuro nada, procuro caráter.*

ANTÔNIO (16/07/2018)

*No Tinder, acho que nem tanto. Mas se a pessoa tem um corpo legal e ela se sente legal com o corpo dela, ela vai exhibir o corpo. Mas eu por exemplo, foto de corpo me exibindo não tem nenhuma. Geralmente falam que o Tinder é para relacionamento e o Grindr é para pegação. Eu discordo disso, acho que são aplicativos com objetivos, agora o que tu vais procurar, e o que tu quer lá dentro é tu que vai encontrar, entendeu? Por exemplo, se vir um cara lá perguntando se curto sexo casual, eu vou responder se curto ou não, entendeu? Eu não obrigado a dizer que sim, se não quero. É que tu sabes que no meio LGBT a gente busca o tal respeito, mas dentro do próprio meio a gente tem tanto preconceito. Principalmente essa coisa física, o corporal. É um meio muito exigente, vamos dizer! Tu vê várias pessoas dizendo, não curto gordinhos, não curto baixinhos, não curto mais velho, não curto mais novo ... Sabes? E é um meio bem carnal, é uma coisa bem corporal. Se é padrãozinho, já querem. Geralmente é um meio muito gordofóbico, bastante gordofóbico, é um meio muitas vezes racista. Já conheci várias pessoas com preconceito com pessoas mais afeminadas, eu odeio esse termo. Tem gente que tem preconceito com quem não é afeminado, 'ah está dentro do armário, é padrãozinho' sabes? É um meio de conflito interno muito grande, o conflito é tão grande quanto o externo.*

THIAGO (18/07/2018)

Este questionamento nos dá importantes pistas de como os sujeitos entrevistados percebem a relação corpo/espço no aplicativo Tinder. Do ponto de vista das corporeidades, compreendemos que a indústria dos aplicativos e a mídia como um todo, cada vez mais impõe um corpo “esculturado” como sendo o desejável.

Assim se deu ao longo dos anos nos espaços físicos, com isso o virtual é uma representação dos corpos exibidos também nos espaços off-line. Como afirmam Lima e Couto (2018) os aplicativos funcionam como vitrines dos corpos, visando a mercantilização do sexo e amor, beirando as fronteiras entre um sexo rápido e um relacionamento.



Anderson não acredita que exista um tipo de corpo mais procurado no aplicativo Tinder, ao mesmo tempo que relata saber de pessoas que buscam ideais corpóreos neste espaço. Segundo o discurso de Anderson, ele não procura uma pessoa por estereótipos, ao mesmo tempo que em outros momentos ele nos mostra qual corpo é o mais desejável para ele.

No nosso entendimento parece existir um paradoxo no discurso dele, compreendendo que os escapes fazem parte do processo da pesquisa. O silenciamento faz parte do discurso, e como apontado por Silveira (2002) faz parte do processo de análise, olhar para aquilo que foi verbalizado como algo forjado pela dupla entrevistador e entrevista, além das representações do momento de fala.

Para Flávio, existe um corpo mais buscado no espaço do Tinder, afirmando que as pessoas visam muito a estética dos corpos. Ao mesmo tempo que afirma que isso não é preponderante para ele, porém compreende que as pessoas buscam corpos atléticos, sarados e regulados. Percebemos no discurso dele, que Flávio tem uma visão global do aplicativo, mesmo que suas preferências sejam diferentes de outras pessoas. Para Costa *Et. Al.* (2017) o corpo também se constituiu como uma forma unitária de representação do público e inserção no espaço social.

Guilherme nos faz refletir sobre a questão do corpo gordo no espaço virtual, neste caso, no aplicativo Tinder. Afirmando assim existir um tipo de corpo ideal e mais buscado no espaço virtual e, em todos os outros espaços. Nos parece neste momento que o virtual é a representação do físico, pela fala de Guilherme. Ele nos afirma que o público LGBT é mais aberto a estas questões, porém compreende que o corpo para os homossexuais é importante, atribuindo ao corpo magro aquilo que é desejável pelo público LGBT. Guilherme tenciona a pensar na relação do corpo gordo com o virtual, a partir das suas vivências e experiências com o aplicativo Tinder. Afirmando, neste sentido, que a mídia tem forte influência no padrão corporal.

Assim, Guilherme problematiza a questão da mídia sobre os corpos de homens gordos especificamente. Utilizando como exemplo o site de rede social

*Instagram*, afirmando que lá são encontradas várias mulheres falando sobre a questão das roupas para mulheres gordas. Porém, não encontra homens falando sobre o assunto. Ao mesmo tempo que ele comenta sobre não existirem homens gordos que sejam símbolos sexuais, e que isso é um problema para ele. Pois, ele vê outros corpos sendo representados, menos aquele que ele é.

Neste sentido, Guilherme aponta que o corpo gordo é marginalizado nos aplicativos e na indústria das mídias, por compreender que sempre representam corpos em forma, magros e moldados pela técnica. A crítica dele, produz sentido por ser alguém da militância LGBT e tecer reflexões sobre os movimentos pelos quais milita, dão importantes pistas dos comportamentos homossexuais perante a relação corpo/espço.

Para Vasconcelos *et. al.* (2004) com a potencialização das novas formas de comunicação e visibilidade das mídias “o gordo passa a ter um corpo visivelmente sem comedimento, sem saúde, um corpo estigmatizado pelo desvio, o desvio pelo excesso. É um corpo que viola a norma, a lei vigente na vida social [...]”. O discurso de Guilherme é atravessado pelo entendimento da autora sobre o corpo gordo, assim, todos aqueles que fogem do padrão corporal regulador, imposto pela mídia como o ideal, são taxados de desleixados e rejeitados em determinados espaços sociais.

O controle corporal, por meio de dietas, academias e atividades físicas, passou a ser sinônimo de boas maneiras na contemporaneidade. Assim, a mídia exalta corpos esculpidos em detrimento de corpos disformes da norma. E o espaço do aplicativo é isso, a materialização daquilo que vivemos. Ao deslizar entre uma foto e outra, os sujeitos são atraídos pelo jogo de imagens, dispostas como um catálogo de mercado, e entre os deslizares de dedo para esquerda e direita (movimentos no Tinder) os sujeitos escolhem aquilo que melhor lhes servirem.

Para Antônio, não existe de forma direta um corpo mais desejado no aplicativo Tinder, afirmando que lá existem diferentes representações destes e variadas pessoas buscando estes corpos. No entanto, ele afirma que quando a busca é por sexo, o óbvio é a busca por um corpo mais sarado, aferindo assim,

que este corpo moldado daria mais atração sexual. Antônio faz relação do corpo sarado com os corpos apresentados pela indústria de filmes pornográficos, assim, afirma que a busca por estes corpos está de certa forma relacionada com àqueles representados nos filmes. A fala de Antônio e Guilherme tem um ponto de convergência importante, que é a representação dos corpos relacionado a atratividade.

Neste sentido, o discurso de Antônio está pautado pela busca afetivo-sexual, indo ao encontro do discurso de Thiago quando menciona que o aplicativo tem uma intencionalidade/finalidade inicial da sua criação. Porém, os sujeitos que o territorializam dão outros sentidos, assim produzem novas territorialidades, e potencializam práticas espaciais diversas. E como já afirmamos em Sack (1986) a organização das pessoas, está diretamente ligada as territorialidades, como elas denotam significados e se apropriam do espaço.

Thiago, acredita não existir no Tinder um corpo mais procurado, porém afirma que se a pessoa se sente bem com o corpo ela vai expor ele no espaço virtual também. Neste sentido, Thiago é crítico mais uma vez ao meio LGBT, afirmando existir preconceito com corpos disformes, afirmando que geralmente é um meio muito gordofóbico. O discurso de Thiago também converge com o discurso de Guilherme sobre o meio LGBT, que apesar das desconstruções, ainda é bastante influenciado pela mídia sobre o culto ao corpo.

Assim caminhamos em direção a última questão relacionada ao eixo corporeidades. Questionamos sobre a relação dos sujeitos com o próprio corpo, se mudariam algo e se a questão corporal é preponderante para atrair parceiros. As respostas foram as seguintes:

*Não, é que assim eu já passei por vários problemas pessoais de não aceitar o meu corpo, de não aceitar o meu rosto, problemas pessoais, coisas que eu passei no passado. PODES DESCREVER? Bom eu já sofri bullying, eu fui muito agredido psicologicamente, eu também tenho problemas de...acho que até por causa disso, tenho problema de ansiedade, tenho depressão. E alguns desses problemas afetaram um pouco a minha alimentação, então eu como muito menos do que eu deveria comer e como muito menos do que eu queria comer, então isso acaba afetando o meu físico bastante. Por que isso me priva talvez de ganhar um pouquinho mais de peso, já fiz consultas com nutricionistas para poder aumentar um pouquinho mais meu peso e aí quando eu vejo a lista eu não consigo, é coisa de outro mundo eu me alimentar tanto*

*assim para ganhar um peso ideal. EM ALGUM MOMENTO O FATOR CORPORAL FOI PREPONDERANTE PARA ATRAIR PARCEIROS? Eu acho que sim, porque geralmente tu nota depois quando a pessoa começa muito a insistir, “ah vamos se encontrar pra conversar” e tu vê que não é conversa, é mesmo pra ver como é a pessoa, pra conhecer ela pessoalmente. Pra ver realmente se ela é aquilo que é nas fotos, às vezes algumas pessoas diziam que eu parecia um pouco mais baixinho, um pouco mais alto, um pouco mais gordo, um pouco mais magro.*

ANDERSON (01/07/2018)

*Não, eu mudaria tudo. Me acho um pouco baixinho demais, me acho magro demais, eu queria ter um corpo mais cheinho, porque a gente coloca certo tipo de roupa e nem todas sentam pra ti. Queria ter um pouco mais de bunda, um pouco mais de perna, eu me acho muito magro, acho que é isso que eu mudaria em mim. EM ALGUM MOMENTO O FATOR CORPORAL FOI PREPONDERANTE PARA ATRAIR PARCEIROS? Sim, cada um gosta de um tipo físico, eu gosto de um tipo que me chama mais atenção, mas pode ser que não seja o mesmo teu, cada um tem o seu gosto, senão não existiria tantos encontros porque ninguém gosta de um só tipo físico, tudo varia, tudo é gosto*

FLÁVIO (04/07/2018)

*Hoje em dia eu estou mais confortável com meu corpo, eu aceito ele, mas claro se eu pudesse mudar eu mudaria, obviamente. Eu sempre fui gordo, teve uma época que eu emagreci, que eu fiz uma dieta bem radical. Aí depois disso, nessa época, eu comecei a me relacionar com o meu ex, e aí pelas várias inseguranças que eu tinha e as inseguranças que me despertava, eu comecei a compensar comendo. Aí o que aconteceu é que depois daquela época que eu tinha emagrecido, eu recuperei tudo o que eu tinha emagrecido e engordei ainda mais. Eu tive muito problema nessa época, por sempre ter sido gordo, aí agora eu estava ainda mais do que eu já era, entendeu? Final do ano passado era absurdo, eu não conseguia me sentir bonito de nenhum jeito. Claro, hoje em dia, eu ainda não sou confortável com meu corpo, tem muita coisa que eu não gosto, mas eu consigo aceitar ele do jeito que ele é, claro que tem dias que eu acho bonito, tem dias que eu acho feio. Hoje em dia não é como se eu odiasse meu corpo, eu sou satisfeito com ele. Se eu pudesse mudar, mudaria com certeza. Obviamente, eu mudaria a questão do peso, eu não sinto necessidade de ser padrão, mas eu queria pelo menos não estar num nível não tão alto, como eu estou. Porque obviamente que eu sou obeso, mas se eu tivesse sobrepeso, eu ia não estar no padrão, mas ao mesmo tempo eu não iria estar tão distante desse padrão. Eu não queria ser definido, porque não é o que eu procuro nas pessoas, eu não quero ficar com uma pessoa porque ela tem uma barriga tanquinho, mas eu queria ter menos peso do que eu tenho, pra eu me sentir mais confortável comigo mesmo. Como eu disse, está tudo bem, mas tem vezes que eu coloco um casaco, e aí eu fico pensando que se eu tivesse 5 quilos a menos esse casaco ia estar mais bonito do que eu estou me sentindo. Eu estou usando ele, mas ele está apertado aqui ou*

*meio estranho e aí muitas coisas iam ser mais fáceis, por exemplo andar de ônibus. Às vezes é meio desconfortável, eu prefiro sentar nas cadeiras que são sozinhas, porque sentar nas cadeiras com as pessoas, dependendo se a outra pessoa não for muito magra, eu sinto que vou estar apertando ela, então eu me sinto desconfortável em estar desconfortando a pessoa. Então seria mais prático, se eu fosse mais magro do que eu sou. EM ALGUM MOMENTO O FATOR CORPORAL FOI PREPONDERANTE PARA ATRAIR PARCEIROS? Com certeza, quando eu era novo eu era mais quieto, porque o início da minha infância foi meio estranho, depois disso eu sempre fui muito extrovertido, sempre conversei com muitas pessoas, sempre fui brincalhão e divertido. Eu acho que é uma mistura dos dois, as pessoas me veem como muito brincalhão e divertido, e tudo bem, mas as pessoas ao mesmo tempo não sentem vontade de ficar comigo por eu não ter esse corpo que as pessoas acham bonito. E aí, eu senti isso. Porque se eu começava a ficar muito interessado por alguém, e a gente era muito amigo, eu sabia que se chegasse um ponto que eu fosse tentar alguma coisa, que eu já tentei, a pessoa não quis, disse que éramos amigos, mas eu sabia que por uma parte a pessoa não me achava atraente por causa do meu corpo. Não é algo que eu tenho um fato que eu posso comprovar, mas é uma coisa que tu sentes. Tu sabes que ela gosta muito de ti, mas ela não tem a mesma vontade que tu, porque ela pode te achar bonito, pode te achar legal, mas o fato do teu corpo ser assim ela não vai ter a mesma vontade de se relacionar contigo. É meio que automático, as pessoas não sabem nem lidar, é algo que percebo depois de muitos anos vivendo como eu vivo.*

GUILHERME (11/07/2018)

*Mais ou menos, bem satisfeito na verdade. Não mudaria nada, eu me considero um cara bonito, um corpo interessante, não sou magro, não sou gordo demais, estou meio barrigudinho mas isso é normal, não penso em mudar nada. EM ALGUM MOMENTO O FATOR CORPORAL FOI PREPONDERANTE PARA ATRAIR PARCEIROS? Não sei, porque meu corpo não está exposto no Tinder, tem fotos de roupas e de longe não estou com roupas justas e tal. Claro nota-se que eu não sou sarado, musculoso e nem magro demais, tipo bem comum acredito.*

ANTÔNIO (16/07/2018)

*Eu pra mim mesmo estou satisfeito com meu corpo, eu só não tenho costume de tirar foto sem camisa, tu vê foto sem camisa, mas é uma ou duas. Desde muito novo, nunca gostei. Só quando eu vou na praia que eu tiro a camisa, porque de resto não. Eu sou muito ok com meu corpo, nunca tive essas crises do tipo 'ai eu sou muito magro, tenho que fazer academia' – já fui para academia, fiz um mês, mas assim eu estava fazendo mais aquilo pensando nos outros do que em mim. Talvez eu faria uma academia, mas só para uma questão tipo física, não pela questão corporal de músculo, mas por pela questão tipo resistência, de força. Por uma questão física, não física visual, mas uma questão motora, mais disposição, pra isso sim, com certeza. Ou*

*praticar esporte, isso sim, mas não pensando 'vou ficar bonito pra tirar foto sem camisa', isso não. O fator corporal é preponderante para atrair parceiros sim, mas não da minha parte, se uma pessoa colocar foto com camisa ou não, pra mim é indiferente. Mas tem pessoas que batem o olho no corpo que só dão like nestes corpos. Os meus amigos, às vezes estão lá em casa mexendo no Tinder e deslizando os dedos e ficam falando 'nossa, olha esse corpo aqui, vou dar like com certeza'. Foi o que eu te falei, tu vai encontrar um público procurando qualquer tipo de coisa, é a mesma coisa que se eu colocar uma foto só das minhas pernas, vai ter gente dando match. E tem pessoas que vê a minha foto de rosto, todo bagunçado, e pensam 'não, eu quero um cara com outras fotos'.*

THIAGO (18/07/2018)

Com isso, percebemos em Anderson alguém que não se entende bem com seu próprio corpo. Relatando alguns episódios que o fizeram perder peso, neste sentido, ele passa a ter uma relação com o corpo, apesar de magro, no mesmo sentido que Guilherme. Inclusive aponta que já passou por momento de não aceitação do rosto. Percebemos em Anderson uma caracterização do artista Michael Jackson, inclusive olhando suas fotos ele faz questão de mostrar que é fã do cantor, e utiliza roupas que o caracterizam como tal. Anderson entende que o fator corporal é algo preponderante para a atração de parceiros no espaço virtual, assim afere que algumas pessoas insistem em sair para ver se ele é realmente o que aparenta nas fotos.

Já Flávio aponta não estar satisfeito nenhum pouco com seu corpo, e que mudaria tudo. Dizendo que gostaria de ser mais alto, mais gordo e ter um pouco mais de bunda. Neste sentido, ele entende que o fator do corpo no espaço virtual é preponderante para a busca de parceiros, por compreender que cada um busca um tipo de físico específico, afirmando assim que tudo é gosto pessoal.

Guilherme é o que mais fala da relação com seu corpo, num primeiro momento o seu discurso é pautado por uma aceitação de si, num segundo momento aponta que mudaria a questão do peso. Neste sentido relata ainda não estar confortável com o próprio corpo, ao mesmo tempo que diz que não buscaria ter um corpo padrão, mas algo menos do que ele é agora. Assim, Guilherme se coloca numa posição de um corpo disforme, afirmando ser obeso, e que em

algumas situações este fato se torna problema, como encontrar roupas e andar de ônibus.

Além disso, Guilherme acredita que o fator corporal é preponderante para a atração de parceiros, uma vez que as pessoas percebem nele alguém divertido, porém quando ele tenta algo mais próximo as pessoas se afastam. Inclusive, Guilherme afirma que as algumas não sentem vontade de ficar com ele porque ele não tem o corpo que muitos possuem. Assim, percebemos que Guilherme tem problemas com o corpo, relatando ao longo da entrevista inúmeros momentos de desconforto com esse tópico.

Antônio considera-se bem satisfeito com o seu corpo, afirmando assim que se considera um cara bonito, interessante, que não é nem gordo demais nem magro, mas que não pensa em mudar nada. Quando questionado sobre o fator corporal ser preponderante para a atração de parceiros, Antônio afirma que não sabe responder, ao mesmo tempo que relata que suas fotos no aplicativo Tinder mostram que ele não é alguém disforme, se considerando um tipo comum de corpo.

Por fim, Thiago aponta estar satisfeito com seu corpo, dizendo que apenas não tem o costume de tirar foto sem camisa, mas que isso não seria um complexo com o peso, apenas um costume dele. Aponta que precisa fazer uma academia por uma questão motora e de saúde, e não uma questão física para atração de parceiros.

Compreende que o fator corporal é essencial para a atração de homens, porém seu discurso o distancia disso, afirmando que para ele tanto faz o tipo de corpo. Ao mesmo tempo que afirma que amigos batem o olho em alguns corpos padrões e dão *like* apenas por isso, pela exposição deste corpo que se torna desejado no espaço virtual e consequentemente nos espaços físicos.

Entretanto, aponta que sempre existirá público para determinados tipos de corpos, utilizando como exemplos pessoas que colocam foto de pernas, pessoas que utilizam apenas foto de rosto. Acreditamos que o discurso de Thiago corrobora com a pesquisa, compreendendo que os corpos no espaço virtual são representações dos espaços físicos, ao mesmo tempo que existe um padrão

corpóreo idealizado no aplicativo Tinder, como existem padrões nos espaços físicos. Entendemos assim, que o aplicativo se torna um espaço de performances de alguns corpos dos espaços off-line.



## 7. (DES)CONECTANDO O APLICATIVO

Apontamos num primeiro momento, a partir do referencial teórico escolhido, que este estudo está situado no tempo e no espaço, ou seja, ele é resultado de um momento específico do pesquisador e dos sujeitos que se dispuseram a participar deste. Estando situado, ele é dinâmico, assim como os aplicativos de relacionamentos, entendemos que este trabalho oportunizará outras pesquisas no campo das Ciências Humanas, e em especial, na Geografia.

Optamos por utilizar o título das considerações finais como *(DES)CONECTANDO O APLICATIVO* justamente porque entendemos o dinamismo do estudo e a potência que ele produzirá em outros/as pesquisadores/as. Assim, não estamos de fato fechando por completo o estudo em questão, deixando caminhos para que sejam construídas outras redes a partir daquilo que já foi apontado até aqui.

Consideramos importante que outros/as pesquisadores/as do campo geográfico, principalmente, se debrucem em temáticas ainda marginalizadas na Geografia. Dar visibilidade a grupos minoritários é proporcionar que estes tenham voz também no campo científico, e apontar por meio de pesquisas, que a Geografia também pesquisa gênero, sexualidades, corpos, masculinidades e feminilidades.

Aferimos que este estudo é resultado de diversos encontros com pessoas, rodas de conversas, eventos da área e outras, assim, foi construído não só por um olhar, mas por diversos olhares e atravessamentos ao longo dos vinte e quatro meses deste mestrado. Acreditamos que a Geografia necessita ampliar o seu debate dos estudos de gênero para além dos grupos da área, e nesse sentido visibilizar que estes estudos são viáveis, importantes e potentes a serem pesquisados.

Dito isso, o primeiro ponto que demarcamos deste estudo se refere aos nossos objetivos, assim, compreendemos que o objetivo geral: investigar as masculinidades, as corporeidades e as socioespacialidades produzidas nos perfis de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no aplicativo Tinder, no

município do Rio Grande, foi respondido por entender que a partir dos discursos produzidos pelos cinco sujeitos da pesquisa, bem como a aplicação do questionário semiestruturado online, compreendemos que existem um tipo de homem mais procurado no aplicativo Tinder, um tipo de corpo e a partir disso espacialidades são produzidas na relação dos sujeitos criativo/táticos.

Estes sujeitos produzem territórios, a partir de um espaço virtual, já concebido pelo campo geográfico, e produzem novas territorialidades como forma de resistência e proteção. Neste sentido, a espacialidade produzida no e pelo Tinder é resultado de encontros e desencontros oportunizados pelo ciberespaço.

Consideramos importante destacar que os sujeitos criativos/táticos entendem o Tinder como um espaço potente para criação de laços afetivo-sexuais. O aplicativo é dinâmico e oportuniza novas relações interpessoais, criando um ambiente de oportunidades para aqueles que buscam amizade, namoro, conhecer pessoas ou até mesmo sexo.

Destacamos que os conceitos de espacialidades, masculinidades e corporeidades foram norteadores para análise dos discursos dos participantes. Aferimos ao longo da análise que os sujeitos entrevistados entendem o Tinder como um meio técnico para a materialização de encontros, mesmo que estes possam não ser duradouros.

Pontuando que alguns espaços físicos limitam o seu poder de criação, diferente do virtual, onde as representações ocorrem de maneira mais segura. O medo dos espaços físicos ainda são marcas de Stonewall. A insegurança destes ainda se torna presente na vida dos homossexuais, assim, optam num primeiro momento, por espaços virtuais, entendendo-os como seguros sem a necessidade de exposição imediata.

Sobre o conceito de masculinidades é importante apontar que, a partir das leituras e entrevistas, entendemos estas no campo geográfico como algo ainda em construção. Então neste conceito exigiu-nos estar imersos em outras áreas, para construir o nosso entendimento e a partir de então fazer as análises. Com

isso, aferimos que as masculinidades de homens que buscam parceiros do mesmo sexo são iguais a àqueles/as que buscam parceiros/as do sexo oposto.

A heteronormatividade atravessa o meio gay e impõe formas de exercer as masculinidades tão parecidas quanto na matriz heterossexual. Atributos como fortes, másculos, musculosos, barba, sarados, magros e não afeminados são características de homens mais procurados no aplicativo. Inclusive, nos discursos dos cinco homens existem críticas ao movimento LGBT apontam que estes “padrões” são exigidos dentro e fora do meio gay.

Assim, no ponto de vista deles, o movimento precisa repensar algumas questões e as masculinidades seriam uma delas. O homem que usa roupas ditas femininas ainda é marginalizado dentro do movimento, ou seja, não basta o grupo ser marginalizado, existem segmentos dentro do público LGBT que segrega determinadas masculinidades.

E no conceito de corporeidades, mesmo que este, no nosso ponto de vista, esteja atravessado ao conceito de masculinidades, são apontados que existem corpos mais procurados no aplicativo Tinder. Ao mesmo tempo que consideramos existir uma padronização corporal mais procurada, assim o Tinder se torna um “catálogo de corpos” e este passa a ser um dispositivo de atração e desejo.

De um modo geral, os entrevistados não se sentem totalmente satisfeitos com o seu próprio corpo, assim, mudariam algo em detrimento da vaidade, estética e de uma norma reguladora. Ao mesmo tempo que corpos que não estão alinhados com o perfil do aplicativos são segregados, inclusive isso é um dos discursos dos sujeitos entrevistados.

Por fim, consideramos que a pesquisa é contingente, temporal e oriunda das leituras e imersões do pesquisador. E frisamos que o estudo dos aplicativos e seus atravessamentos de gênero, sexualidades, raças, gerações são potentes campos de investigação nas Ciências Humanas, em especial, na Geografia. Para tanto deixamos para a Geografia um caminho aberto, para que outros/as pesquisadores/as possam abordar tal temática. Entendendo que daqui para frente a pesquisa toma seus próprios caminhos a partir dos múltiplos olhares do

meio acadêmico e não acadêmico, vendo a potência deste estudo para a ciência geográfica e tentando assim minimizar as desigualdades sócio-político-espaciais.

## REFERÊNCIAS

ALLIEZ, Éric. **Deleuze filosofia virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1996.

ALMEIDA, João Paulo Leandro de. ORNAT, Marcio José. Espacialidade e masculinidade na vivência de jovens da escola de 'guardas mirins' em Ponta Grossa, Paraná. **Geo UERJ**, v. 2, n. 25, 2014. pp. 142 – 171. Disponível em: <  
<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/view/9553/10982>>  
Acesso em: 23/11/2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zorge Zahar Editor, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BELELI, Iara. O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais. **Cadernos Pagu**, n. 44. Campinas – SP, pp. 91-114, Jan/Jun, 2015. Disponível em: <  
<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8637321> >  
Acesso em: 10/03/2018.

BONFANTE, Gleiton Matheus. **Erótica dos signos em aplicativos de pegação**. Rio de Janeiro, Editora Multifoco, 2016.

BOURDIEU, Pierre. A Dominação Masculina. **Revista Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 133 – 184, Jul. / Dez. 1995. Disponível em: <  
<http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71724/40670>>  
Acesso em: 05/10/2017.

BRASIL. Boletim Epidemiológico de Aids 2016. Disponível em: <  
<http://www.aids.gov.br/pt-br/pub/2016/boletim-epidemiologico-de-aids-2016>>  
Acesso em: 20/11/2017.

BRETON, Philippe. PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. São Paulo: Ed. Loyola, 2002.

BUTLER, Judith. Regulações de Gênero. **Cadernos Pagu**. São Paulo, n. 42. pp. 249 – 274. 2014 Disponível em: <  
<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8645122>>  
Acesso em: 11/11/2017.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Tradução Renato Aguiar. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008

BUTLER, Judith. *Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do sexo*. In: LOURO, Guacira Lopes [Org.]. **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2. Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. pp.151 – 172.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

CHAMPANGNATTE, Dostoiowski Mariatt de Oliveira. CAVALCANTI, Marcus Alexandre de Pádua Cibercultura – perspectivas conceituais, abordagens alternativas de comunicação e movimentos sociais. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 16, n. 41, p. 312 – 326. Set/ Dez. 2015. Disponível em: <<http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/comunicacao?dd1=15877&dd99=viaw&dd98=pb>> Acesso em: 03/09/2017.

CONNELL, Robert. MESSERSCHMIDT, James. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 1, pp. 241 – 282, Jan. / Abr. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2013000100014/24650>> Acesso em: 05/10/2017.

CONNELL, Robert W. Políticas da masculinidade. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul./dez., p. 185-206, 1995. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71725>> Acesso em: 22/10/2017.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Região e Organização Espacial**. São Paulo: Ática, 1986

COSTA, Benhur Pinós da. GOERGEN, Edipo Djavan dos Reis. DURGANTE, Flávia R. NASCIMENTO, Taiane Flôres do. O corpo e a geografia do cotidiano. In: AZEVEDO, Ana Francisca. REGO, Nelson. **Geografias e (IN)visibilidades: paisagens corpos e memórias**. Porto Alegre: Compasso, ed. 1, 2017. pp. 349 – 382.

COSTA, Benhur Pinós da. Microterritorializações e microterritorialidades urbanas. **Terr@ Plural**, vol.11, n.1, Ponta Grossa - PR, pp. 10-30, Jan/Jun, 2017. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/tp/article/view/10598>> Acesso em: 09/04/2018.

COSTA, Benhur Pinós da; Geografias, masculinidades e homoerotismo: teorias, práticas e posicionalidades da pesquisa. In: SILVA, Joseli Maria; ORNAT, Márcio José; CHIMIN JUNIOR, Alides Babtista. **Espaço, gênero & masculinidades plurais**. Ponta Grossa: Todapalavra, 2011, pp. 329 – 356

COSTA, Benhur Pinós da. Geografias das Representações sobre o Homoerotismo. **Revista Latino-americana de Geografia e Gênero**, vol.1, n.1, Ponta Grossa - PR, pp. 21-38, Jan/Jul, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/rlagg/article/view/1026>> Acesso em: 01/04/2018.

COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva . **Revista Interface - Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu. v. 09, n. 17, p. 235 – 248. Mar/ Ago. 2005. Disponível em: <

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1414-32832005000200003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1414-32832005000200003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)> Acesso em 20/08/2017.

COUTO, Edvaldo de Souza. A cultura do corpo mutante. I ENECULT, 2005. Disponível em: [http://www.cult.ufba.br/biblioteca\\_enecult\\_2005.html](http://www.cult.ufba.br/biblioteca_enecult_2005.html) Acesso em: 11/08/2018.

DIAS, Leila Christina e Rogério Leandro Lima da Silveira (orgs.) **Redes, sociedades e territórios**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007.

ERIBON, Didier. **Reflexões sobre a questão gay**. Tradução Procópio Abreu. Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2008.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2008.

FOUCAULT, Michel. **Los anormales**. Buenos Aires: FCE, 2000.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização e Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. Poder-corpo. In: **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1996.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. História das violências nas prisões. 22. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A educação dos corpos, dos gêneros e das sexualidade e o reconhecimento da diversidade. **Cadernos de Formação RBCE**, v. 1, p. 71-83, 2010.

GOELLNER, Silvana Vilodre. “A produção cultural do corpo.” In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre. (Orgs.) **Corpo gênero e sexualidade: um debate contemporâneo**. Petrópolis, Vozes, 2003.

GRECO, Dirceu Bartolomeu. Trinta anos de enfrentamento à epidemia da Aids no Brasil, 1985-2015. **Ciência & Saúde Coletiva**, vol.21, n.5, 2016. pp. 1553 – 1564. Disponível em: <<http://www.cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/trinta-anos-de-enfrentamento-a-epidemia-da-aids-no-brasil19852015/15533?id=15533>> Acesso em: 21/10/2017.

HAESBAERT, Rogério. **Viver no limite: território e multi/transterritorialidade em tempos de in-segurança e contenção**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia de Gênero. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. (org.). **Tendências e Impasses – O feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LEMOS, André. **Cibercidade: A cidade na Cibercultura**. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

LIMA, Danilo Mota. COUTO, Edvaldo Souza. Pedagogias de masculinidades e estéticas monstros no Scruff. In: RIBEIRO, Paula. MAGALHÃES, Joanalira. SEFFNER, Fernando. VILAÇA, Teresa. **Corpo, gênero e sexualidades: resistência e ocupa(ações) nos espaços de educação**, 2018.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 4.ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **O Que é Virtual?** Rio: Editora 34. 1996.

MARTINS, Maria Cristina. Cresce a prática de bareback no Brasil (2003). **Agência de Notícias da Aids**. Disponível em: <  
[http://agenciaaids.com.br/home/artigos/volta\\_item/28](http://agenciaaids.com.br/home/artigos/volta_item/28)> Acesso em: 20/11/2017.

MASSEY, Doreen B.; **Pelo espaço: uma nova política da espacialidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MENDES, Cláudio Lúcio. O corpo em Foucault: superfície de disciplinamento e governo. **Revista de Ciências Humanas**, n. 39, Florianópolis, 2006. pp. 167 – 181. Disponível em: <  
<https://periodicos.ufsc.br/index.php/revistacfh/article/view/17993>> Acesso em: 24/11/2017.

MISKOLCI, Richard. **Desejos Digitais: Uma análise sociológica da busca por parceiros on-line**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

MISKOLCI, Richard. “Discreto e fora do meio” – Notas sobre a visibilidade sexual contemporânea. **Cadernos Pagu**, n. 44, São Paulo, 2015. Disponível em: <  
<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8637319>> Acesso em: 20/08/2017.



MISKOLCI, Richard. Negociando Visibilidades. **Bagoas**, vol.8, Natal, UFRN, 2014, pp.51-78. Disponível em: < <http://www.ufscar.br/cis/wp-content/uploads/6543-16340-1-SM.pdf>> Acesso em: 20/09/2017.

MISKOLCI, Richard. A Gramática do Armário [online]: notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas mediadas digitalmente. In: PELÚCIO, Larissa [et al] (orgs.). **Olhares plurais para o cotidiano**: gênero, sexualidade e mídia. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. p. 32-52. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Publicacoes/ebook-olhares-plurais.pdf>. Acesso: 02/03/2018.

MISKOLCI, Richard. O Armário Ampliado – Notas sobre sociabilidade homoerótica na era da internet. **Gênero**, Niterói – RJ, v. 9, n. 2, pp. 171 – 190, 1/Sem, 2009. Disponível em: < <http://www.revistagenero.uff.br/index.php/revistagenero/article/view/88>> Acesso em: 01/02/2018.

MISKOLCI, Richard. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. **Revista de Estudos Feministas**, v. 14 n.3 Set/Dez, Florianópolis - SC, 2006. Disponível em: < [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2006000300006&script=sci\\_abstract&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2006000300006&script=sci_abstract&lng=pt)> Acesso em: 20/04/2018.

MORELLI, Fábio. PEREIRA, Bruno. A pornificação do corpo masculino: Notas sobre o imperativo das imagens na busca entre homens por parceiros on-line. **Civitas**, Porto Alegre – RS, v. 18, n. 1, pp. 187-203, Jan/Abr, 2018. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/civitas/article/view/28450>> Acesso em: 11/04/2018.

NOVAES, Adauto. **O homem-máquina: a ciência manipula o corpo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

ORLANDI, Eni P. **Análise De Discurso** – Princípios e procedimento. Campinas/SP: Ed. 11. Pontes Editores, 2013

PÊCHEUX, Michel. **O Discurso**: estrutura e acontecimento. 4ª ed., Campinas – SP, Pontes Editores. 2006.

POUPART, Jean. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Tradução de Ana Cristina Nasser. Petrópolis, Rj: Vozes, 2008

QUADRADO, Raquel. **PRÁTICAS BIOASCÉTICAS CONTEMPORÂNEAS**: notas sobre os corpos masculinos nas comunidades que discutem cirurgia plástica na rede social Orkut. 2012. Tese (Doutorado em Educação em Ciências) - Instituto de Educação, Universidade Federal do Rio Grande - FURG, Rio Grande, 2012.

RECUERO, Raquel. **A conversação em Rede**. Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática. 1993.

ROSE, Gilian. **Feminism & Geography. The limits of Geographical Knowledge**. Cambridge: Polity Press, 1993.

SACK, R. D. **Human Territoriality – Its Theory and History**. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SAQUET, Marcos Aurélio. **Abordagens e concepções de território**. São Paulo: Outras Expressões, 2015.

SAQUET, Marcos Aurélio. Entender a produção do espaço geográfico para compreender o território. In: SPOSITO, E. (Org). **Produção do espaço e redefinições regionais: a construção de uma temática**. Presidente Prudente/SP: FCT/UNESP/GAsPERR, 2005, pp. 35 – 51.

SANTOS, Daniel Kerry dos. TEIXEIRA FILHO, Fernando Silva. Cartografias do Armário: estratégias do desejo em uma cidade do interior paulista. **Bagoas**, n. 11, Natal, UFRN, pp.177-209, 2014.

SEDGWICK, Eve Kosofsky. A epistemologia do armário. **Cadernos Pagu**, n. 28. Campinas – SP, pp. 19-54, Jan/Jun, 2007. Disponível em: < <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644794>> Acesso em: 08/03/2018.

SEFFNER, Fernando. **DERIVAS DA MASCULINIDADE**: representação, identidade e diferença no âmbito da masculinidade bissexual. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Porto Alegre, 2003.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo, Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Joseli Maria; ORNAT, Marcio Jose. Corpo como espaço: um desafio à imaginação geográfica. In: PIRES, Cláudia Luísa Zeferino; HEIDRICH, Álvaro Luiz; COSTAS, Benhur Pinós da. **Plurilocalidades dos sujeitos: representações e ações no território**. Porto Alegre: Compasso Lugar-Cultura, 2016, pp. 56 – 75.

SILVA, Joseli Maria; ORNAT, Marcio Jose. CESAR, Tamires Regina Aguiar de Oliveira. CHIMIN JUNIOR, Alides Baptista. PRZYBYSZ, Juliana. O corpo como elemento das geografias feministas e Queer: um desafio para a análise no Brasil. In: SILVA, Joseli Maria; ORNAT, Márcio José; CHIMIN JUNIOR, Alides Babtista. **Geografias malditas corpos, sexualidades e espaços**. Ponta Grossa: Todapalavra, 2013, pp. 87 – 142.

SILVA, Joselli Maria. ROSSI, Rodrigo. CHIMIN JUNIOR, Alides Baptista. ORNAT, Marcio Jose. Espaço, masculinidades e adolescentes em conflito com a lei. *Geo UERG*, v. 1, n.23. Rio de Janeiro, 2012, pp. 136 – 166. Disponível em: < <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj/article/view/370>> Acesso em: 23/11/2017.

SILVA, Joseli Maria; ORNAT, Marcio Jose. Espaço e múltiplas masculinidades: um desafio para o conhecimento científico geográfico brasileiro. In: SILVA, Joseli Maria; ORNAT, Márcio José; CHIMIN JUNIOR, Alides Babtista. **Espaço, gênero & masculinidades plurais**. Ponta Grossa: Todapalavra, 2011, pp. 23 – 54.

SILVEIRA, Rosa M. Hessel. **A entrevista na pesquisa em educação – uma arena de significados**. In: Caminhos Investigativos II: outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação/ Marisa Vorraber Costa [Org.]. – 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. pp. 119 – 141.

SOLANA, Miguel. BADIA, Anna. CEBOLLADA, Àngel. ORTIZ, Anna. VERA, Ana. **Espacios globales y lugares próximos**. Setenta conceptos para entender la organización territorial del capitalismo global. Barcelona: Icaria Editorial, 2016.

SOUZA, Marcelo José Lopes de. **O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento**. In: Geografia conceitos e temas/ Iná Elias de Castro [Org.]. – 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. pp. 77 – 116.

TAYLOR, Stephen John. & BOGDAN, Robert. **Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados**. Buenos Aires: Paidós, 1987.

VASCONCELOS, Naumi A. de; SUDO, Iana; SUDO, Nara. Um peso na alma: o corpo gordo e a mídia. **Revista mal-estar e subjetividade**. v. IV, n. 1; Fortaleza – CE, Março, 2004. Disponível em: < <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27140104>> Acesso em: 11/09/2018

VITELLI, Celso. Corpos e “modelos” de masculinidades: o foco nas mídias. **Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia**, vol.19, n. 2. Porto Alegre. Maio/Agosto, 2012, pp. 355-372. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12318>> Acesso em: 20/10/2017.

WE ARE SOCIAL. **Digital in 2017: Global Overview**. Disponível em: < <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>> Acesso em: 10/10/2017.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes [Org.]. **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2. Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. pp. 35 – 82.

## APÊNDICE I

### HISTÓRICO DOS 15 APLICATIVOS MAIS USADOS NO BRASIL - 2016



**BADOO** - Fundado na Espanha, em 2006, pelo russo Andrey Andreev, de 38 anos, o site promete ajudar pessoas que só querem e só pensam em namorar a se conhecer e a marcar encontros fora do mundo virtual. O site não nasceu exatamente com esse objetivo. Até 2008, o Badoo se parecia muito com o Facebook — basicamente, era uma rede em que as pessoas podiam compartilhar fotos, notícias e comentários com os amigos. Número de usuários (as) **348. 677. 177** em 19/05/2017 às 22h30min.



**PAR PERFEITO** - Fundado em 2000, o ParPerfeito pertence ao grupo Match.com Latam que é o resultado da fusão de dois gigantes do relacionamento online: Meetic e Match.com. Só no Brasil, o site conta com **30 milhões** de usuários. Operando desde março de 2010, o grupo é proprietário dos sites: ParPerfeito – o maior em relacionamento online no Brasil – Divino Amor - portal direcionado a evangélicos – e G Encontros – voltado ao público LGBTs (gays, lésbicas e bissexuais).



**TINDER** - Lançado em outubro de 2012 nos Estados Unidos, o Tinder chegou ao Brasil em 2013, com a fama de já ter arranjado muitos encontros. É mais de 1 milhão de usuários no mundo. É fácil aderir à brincadeira. Basta conectar-se ao aplicativo com uma conta no Facebook, definir sua orientação sexual e escolher a distância geográfica e o limite de idade dentro da qual podem ser procurados parceiros. Logo aparecerá na tela principal do aplicativo: uma foto de uma pessoa que está nos arredores, nome, idade, interesses e o número de amigos que vocês têm em comum. Abaixo, dois botões. Um “x” vermelho, para descartá-la, e um coração

verde para aceitá-la como uma possível parceira. Assim, de bate-pronto, sem tempo para ficar pensando. Antes de mostrar o próximo rosto, o aplicativo exige que você se decida sobre aquele que está a sua frente: quer ou não? Número de usuários (as) mais de **10 milhões** no Brasil.



**TWOO** - O Twoo é uma rede social, lançada em 2011, com objetivo de atrair pessoas que buscavam um par amoroso. Mas, com o tempo, o conceito foi mudando e hoje é mais abrangente: é voltada para quem deseja conhecer novas pessoas e ter um círculo de amigos maior. Número de usuários (as) **182.393.573** em 17/05/2017 às 21h30min.



**WECHAT** - O WeChat é uma ferramenta de comunicação que o ajuda a manter-se em contato com qualquer outro utilizador da mesma aplicação (se estiver instalado no Android ou iOS). Você pode enviar mensagens individuais ou mensagens de grupo, fotos, vídeos, mensagens de voz, informação sobre a sua posição (GPS) e até fazer chamadas de vídeo em alta definição. Foi criado como um serviço de comunicação de texto e mensagens de voz desenvolvido pela Tencent na China, em janeiro de 2011. E hoje é um dos maiores aplicativos de mensagens instantâneas no mundo. Claro que temos que levar em conta que a população chinesa com quase 1.400 bilhões de pessoas, já tira a chance de qualquer outra coisa fazer sucesso em qualquer lugar do planeta.



**POF** - É um site online e um aplicativo gratuito de paquera para Android. Voltado para os que buscam encontros casuais e quem procura por algo mais sério, como namoro ou casamento. O funcionamento baseia-se na compatibilidade entre usuários, e o cadastro é feito por um questionário com 15 etapas. Após responder todas as perguntas, o usuário tem acesso à lista de parceiros mais parecidos, podendo trocar mensagens e convidar para encontros ao vivo, em 2016 o número de usuários (as) ultrapassava **3 milhões**.



**ASHLEY MADISON** - É um site de relacionamento para quem deseja trair seu parceiro (a) ou então encontrar alguém comprometido para um affair. O site é gratuito para se cadastrar, porém para ativar alguns recursos, como enviar mensagem, é preciso comprar créditos. Esses créditos podem ser comprados por cartão de crédito ou via PayPal. Ao se cadastrar no

site, o usuário tem que descrever seus limites, que é o que realmente busca: um caso rápido, longo prazo, caso virtual, topo tudo ou não decidi. Além disso, é necessário colocar seu tipo físico, sua altura, cor dos olhos e cor de cabelo. A partir daí aparecerão possíveis candidatos para avaliar, como no Tinder. O usuário pode: adicionar à lista de favoritos, enviar uma piscadinha ou Mensagem a cobrar, dar acesso a Galeria Privada dela. Lançado em 2001 nos EUA, em 2013 somava mais de **22 milhões** de usuários (as).



**GRINDR** - É um aplicativo dirigido a garotos homossexuais e bissexuais que desejam se juntar. Permite entrar em contato com homens que se encontram mais próximos do seu local, para poder iniciar uma conversa e organizar um encontro. Isto é, através da rede de celular ou do sinal Wi-Fi, o Grindr identifica a localização física do usuário para mostrar os garotos que estão por perto e que

também estão usando este aplicativo, de modo que um encontro físico é bem mais fácil e acessível graças a ele. Lançado em Março de 2009, o Grindr foi das primeiras aplicações móveis a combinar utilizadores com base na sua localização e orientação sexual. Para muitos, a aplicação é o seu autêntico "radar gay" de bolso. De acordo com o NYT, a app tem hoje **quatro milhões** de utilizadores em 192 países, incluindo Afeganistão, Iraque, Irão e Gana, onde ser assumidamente homossexual significa arriscar a vida.



**HAPPN** - O Happn, aplicativo de paquera concorrente do Tinder que foi lançado 2015 no Brasil, permite encontrar facilmente as pessoas que cruzaram com você na rua. Ao contrário de outros apps do gênero, o Happn monitora todos os passos do usuário – que não são divulgados – e compara esses dados com a localização de outras pessoas. Posteriormente, o aplicativo

exibe com quem você cruzou e oferece a opção de curtir a pessoa

anonimamente. Se ela curtir de volta, vocês poderão conversar. Criado em 2014, o Happn usa a geolocalização para superar a concorrência com outros aplicativos de relacionamentos. Pioneiros no setor, rivais como Tinder e Grindr – este último, voltado para o público gay – apostam na ideia de mostrar pessoas que estão próximas ao usuário para criar um relacionamento. Já o Happn aproveita-se dos trajetos do usuário para mostrar pessoas com quem ele possa ter cruzado no caminho diário entre o trabalho e sua casa, no mundo são mais de **10 milhões** de perfis cadastrados.



**EHARMONY** – Lançado em 2003 e presente no Brasil desde 2010, o serviço de cupido online pretende encontrar o parceiro ideal para você. Para isso, você deve responder a um extenso questionário. Assim, o site te conhece melhor e busca pessoas que tenham os mesmos interesses e gostos. Segundo o site, cerca de 5% dos casamentos nos Estados Unidos começaram com a ajuda do eHarmony, mais de **40 milhões** de usuários (as).



**HORNET** - é uma rede social voltada para o público homossexual. Com o aplicativo, disponível para iOS e Android, é possível conhecer pessoas próximas da sua localização e até marcar um encontro. Como qualquer outro site de relacionamento, o usuário pode colocar fotos, conversar em um bate-papo, fazer amizades e marcar encontros. Mas existem novidades nesse app, como a opção de procurar pessoas próximas da sua localização ou até em outros lugares do mundo, colocar seus amigos ou affairs como favoritos e usar uma ferramenta de filtro para pesquisar pretendentes pela idade e etnia, mais de **1 milhão** de usuários (as) no Brasil.



**DIVINO AMOR** - É uma plataforma para relacionamentos voltada para o público cristão para PC e Android. No serviço, é possível usar a ferramenta de busca para descobrir os perfis que mais tem a ver com o usuário. São muitas pessoas em busca de compromisso sério ou amizade. Para aumentar a afinidade com o perfil escolhido, é possível usar ferramentas interativas como os chats por texto, voz ou vídeo,

além de e-mail privado. Fundado em 2009, o Divino Amor ([www.divinoamor.com.br](http://www.divinoamor.com.br)) é o maior site de namoro evangélico do Brasil, desenvolvido por uma empresa de relacionamento online. Pertencente ao grupo Match.com Latam é resultado da fusão de dois gigantes do relacionamento online: Meetic e Match.com. O Divino Amor emprega mais 70 colaboradores e foi criado para atender um nicho específico de usuários: o público evangélico. A principal vantagem é que o usuário do site ainda pode usar a web para saber mais sobre os hábitos da pessoa na qual ele está interessado. Por meio das redes sociais, por exemplo, é possível saber até quais são os amigos em comum, com mais de **1,9 milhões** de usuários (as).



**OKCUPID** - Com uma estrutura mais complexa que o Tinder, o OkCupid também acaba por ser um dos apps de relacionamento mais completos dessa lista. Provendo mais espaço para preencher seu perfil, você pode elaborar mais sobre sua personalidade e gostos, entre outras características. A funcionalidade marcante dele é seu sistema de compatibilidade: através de diversas perguntas sobre os mais variados

assuntos, o app compara suas respostas com a de outros usuários e monta um percentual de compatibilidade, que pode ser usado como filtro para iniciar uma conversa com a pessoa que achar mais interessante. O OkCupid está disponível no iPhone, iPad e Android.



**FLERT** – Lançado em 2014, a proposta do Flert é formar casais a longo prazo, ao contrário dos apps semelhantes de relacionamento para encontros rápidos: os "pares românticos" são formados pelos "amigos de amigos", que também utilizam o aplicativo. Além disso, o aplicativo cruza dados de características, interesses e amizades em comum: no perfil da pessoa no app há informações

complementares como Universidade na qual estuda, trabalho, idade e mais. Assim, fica mais fácil de começar um namoro. Nas configurações internas do app, o usuário adiciona dados básicos como "gênero", "faixa de idade", "localização" e "gênero da pessoa que procura". O restante é adicionado por meio da conexão com a conta do Facebook: o aplicativo acessa as informações no perfil do usuário na rede social, além de registrar as curtidas e lista de amigos. O funcionamento e visual do Flert é bem parecido com o do Tinder, e bem simples de usar: na tela principal



o app mostra os "conhecidos" para relacionamento e o usuário pode curtir a pessoa, selecionando o botão com coração, ou recusar, por meio do item com um "X". Depois basta esperar: caso a pessoa também curta você, ambos receberão uma mensagem para começar um bate-papo. Outra vantagem é que o aplicativo é totalmente em português. Para que mais contatos tenham acesso ao Flert, a dica é convidar os amigos. Todos os dias o aplicativo seleciona novos "amigos de amigos" quem combinem com você.



**DATEME** - Muito mais completo em relação a outros aplicativos, inclusive o já citado Tinder, o DateMe funciona em moldes similares às redes sociais. Exclusivo para aparelhos mobile, você cria sua conta, preenche as informações para expostas no perfil – que incluem suas preferências, objetivos e tipos especiais de pessoas -, e permite a opção de localização de possíveis pretendentes. Aqui, você pode criar redes mais sólidas de contatos, e pode ir um pouquinho além dos encontros mais rápidos de outros aplicativos. Então, pode escolher com calma, com mais de **20 milhões** de usuários (as).

## APÊNDICE II

### Questionário com usuários do Aplicativo Tinder no município do Rio Grande - RS.

Este questionário tem por objetivo traçar o perfil dos usuários que buscam parceiros do mesmo sexo no Aplicativo Tinder no município do Rio Grande - RS. Todas as respostas serão usadas exclusivamente pelo pesquisador, ficando garantido o anonimato dos sujeitos. Além disso, os dados serão utilizados em forma de gráficos para melhor espacialização. Esta etapa é parte da pesquisa de mestrado em andamento do Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande. Ao responder você autoriza que suas respostas sejam utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos da pesquisa em questão.

Qualquer dúvida entrar em contato com o pesquisador no contato abaixo, desde já agradeço a sua participação.

Pesquisador: DIEGO MIRANDA NUNES

E-mail: [diego\\_rgnunes@yahoo.com.br](mailto:diego_rgnunes@yahoo.com.br)

MESTRANDO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA (PPGEO - FURG)

\* Obrigatório

1. Qual a sua idade? \*

2. Qual a sua raça/cor? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Branca
- Preta
- Amarela
- Parda
- Indígena

3. Qual seu gênero? \*

4. Qual a sua orientação sexual? \*

5. Quem sabe sobre a sua orientação sexual? \*

6. Qual a sua ocupação? \*

7. Qual bairro/vila onde mora? \*

8. Qual seu grau de escolaridade? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino técnico
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação

9. Estado civil? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Possui companheiro/a
- Não possui companheiro/a

10. Possui alguma religião? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Sim
- Não

11. Se respondeu "SIM" na pergunta anterior, qual a sua religião?

12. Possui filhos/as? \*

### **Sobre o uso do Aplicativo Tinder...**

13. O que te leva/levou a criar um perfil no Aplicativo Tinder? \*

14. Com qual idade você começou a utilizar o Aplicativo Tinder? \*

15. Quanto tempo (em minutos) você gasta ao longo do dia no Aplicativo Tinder?\*

16. O que você busca no Aplicativo Tinder é encontrado? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Sim
- Não
- Às vezes

17. Com relação a geolocalização, qual o raio de distância (em km) você seleciona no aplicativo para encontrar parceiros? \*

18. Com relação a idade dos pretendentes, qual faixa etária você seleciona para encontrar parceiros? \*

19. Já utilizou o Aplicativo Tinder em outras cidades? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Sim
- Não

20. Qual provável motivo levaria você a excluir sua conta no Aplicativo Tinder? \*

21. Além do aplicativo Tinder, você utiliza outros Apps? \*

22. Se respondeu "SIM" na pergunta anterior, qual/ais do/s aplicativo/s abaixo você também utiliza? (marcar todas que se aplicam)

- Badoo
- Happn
- Hornet
- Grindr
- Scruff
- Outros

23. Você já encontrou pessoalmente parceiros que conheceu pelo Aplicativo Tinder? \*

24. Você acredita que exista um tipo de homem mais procurado no Aplicativo Tinder? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Sim
- Não

25. Você acredita que exista um tipo de corpo mais procurado no Aplicativo Tinder? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Sim
- Não

26. Você utiliza outros espaços, como baladas, shoppings, cinema para encontrar parceiros? \* (marcar apenas uma alternativa)

- Sim
- Não
- Às vezes

27. Gostaria de ser entrevistado pessoalmente para contribuir com a segunda etapa da pesquisa? Deixe seu e-mail ou whatsApp que entrarei em contato.

28. Espaço aberto para sugestões, críticas e considerações.

### APÊNDICE III

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE  
 INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA INFORMAÇÃO – ICHI  
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA – PPGGEO

<b>CARACTERIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS</b>	
Nome pelo qual deseja ser identificado na pesquisa:	
Data de Nascimento / Idade:	
Local da Entrevista:	
Raça/Cor: ( ) Branca ( ) Preta ( ) Amarela ( ) Parda ( ) Indígena	
Gênero:	
Orientação Sexual:	
Ocupação:	
Grau de Escolaridade:	
Estado Civil: ( ) Possui companheiro(a) ( ) Não possui companheiro.	
Reside com quem?	
Bairro/Vila onde mora?	
Possui alguma religião? Se sim, qual?	

#### - ROTEIRO BASE DE ENTREVISTAS -

Nº	QUESTÃO
1	Sobre aplicativos móveis em busca de parceiros, qual a sua percepção sobre eles?
2	Sobre estes aplicativos, como se deu o movimento de entrada neles?
3	Sobre o aplicativo Tinder especificamente, o que você procura neste espaço? E o que procura é encontrado?
4	Como se dá a construção do teu perfil no App Tinder? Quais informações são relevantes e quais você deixa de preencher? Qual o tipo de foto você escolhe para colocar?
5	Com que idade você começou a usar o Aplicativo Tinder? Como se sentiu utilizando o App pela primeira vez?
6	Com relação a geolocalização, qual o raio de distância você seleciona no aplicativo para buscar parceiros? Por quê?
7	Com relação a idade dos pretendentes, qual faixa etária você seleciona para buscar parceiros? Porquê?

8	Já utilizou este aplicativo em outras cidades? Sente alguma diferença em relação a Rio Grande?
9	Quanto tempo por dia, em média, você se dedica a estar no aplicativo?
10	Após dar “Match” (combinar) com alguém, qual o próximo passo?
11	Você utiliza a própria identidade para acessar o App Tinder? Acredita que as pessoas que você conversa utilizem as suas identidades?
12	Em algum momento já desinstalou o aplicativo? Se sim, por qual motivo?
13	Além do aplicativo Tinder, você utiliza outros em busca de parceiros? Se sim, quais e relate a diferença destes aplicativos para o Tinder.
14	Existe um tipo de corpo no Tinder mais procurado? Qual a sua percepção sobre isso? Qual/ais as características deste corpo?
15	Sobre o seu corpo, você se considera completamente satisfeito? Mudaria algo? Em algum momento o fator corporal foi preponderante para atrair parceiros?
16	Qual tipo de homem te chama a atenção no aplicativo?
17	Acredita que existe um tipo de homem idealizado no aplicativo? Se sim, qual/ais seriam as características deste?
18	Com relação a sua orientação sexual, como você lida com ela?
19	Sua família, amigos/as e pessoas mais próximas sabem da sua orientação sexual? Se sim, como foi contar para eles/as e qual foi a tua motivação?
20	Qual a sua percepção sobre a homossexualidade, como você lida no seu cotidiano? Podes descrever? E o que entendes o que é ser um homem gay?
21	Com relação ao seu desejo sexual por homens, você prefere ser ativo, passivo ou versátil? Isso é relatado em algum momento na conversação do Tinder? Acreditas que isso tenha relevância na conquista do parceiro?
22	Sobre sua rede de amigos e parceiros, como ela é construída? Quais características apresentam este grupo?
23	Você já encontrou pessoalmente parceiros que conheceu pelo App? Como foi a experiência de sair do on-line e ir para o encontro “cara a cara”? Podes descrever alguma situação?
24	Você utiliza algum espaço físico a procura de parceiros? Se sim, qual/ais? Qual a tua percepção destes espaços e o que os diferencia do meio virtual?

25	Qual/ais dos espaços físicos abaixo você se sente bastante confortável, razoavelmente confortável ou pouco confortável para expressar a sua orientação sexual? Comente suas opções.		
ESPAÇOS FÍSICOS	BASTANTE CONFORTÁVEL	RAZOAVELMENTE CONFORTÁVEL	POUCO CONFORTÁVEL
Casa de familiares (mãe, pai, irmãos/as, tios/as, avós.)			
Casa de amigos/as.			
Escola ou universidade.			
Ambiente de trabalho.			
Shopping, cinema e teatro.			
Praças e parques.			
Restaurantes.			
Transporte público.			
Banheiro público.			
Festas voltadas para o público gay			
Festas voltadas para todos os públicos.			
Outras cidades.			
Outros espaços:			



## APÊNCIDE IV



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E DA INFORMAÇÃO – ICHI  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA – PPGGEO  
LINHA DE PESQUISA - ANÁLISE URBANO-REGIONAL

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você é convidado a participar, como voluntário, em uma pesquisa. Após ser esclarecido sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assine ao final deste documento, que será em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável.

**Pesquisa:** “A produção das masculinidades e socioespacialidades de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no App Tinder em Rio Grande – RS.”

**Mestrando:** Diego Miranda Nunes

**Orientadora:** Profa. Dra. Susana Maria Velda da Silva

**E-mail para contato:** [diego\\_rgnunes@yahoo.com.br](mailto:diego_rgnunes@yahoo.com.br)

### OBJETIVO

A presente pesquisa tem como objetivo investigar as masculinidades, as corporeidades e socioespacialidades produzidas nos perfis de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no aplicativo Tinder, no município do Rio Grande.

**DECLARAÇÃO DO PARTICIPANTE:**

Eu, \_\_\_\_\_, abaixo assinado, concordo em participar do estudo “A produção das masculinidades e socioespacialidades de homens que buscam parceiros do mesmo sexo no App Tinder em Rio Grande – RS”. Autorizo a publicação de partes ou de toda entrevista, garantido o anonimato do meu nome. Fui informado pelo pesquisador Diego Miranda Nunes sobre a motivação da pesquisa de maneira clara, esclareci minhas dúvidas e recebi uma cópia deste termo de consentimento livre e esclarecido.

Local e data: Rio Grande \_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.

Nome do entrevistado: \_\_\_\_\_

Assinatura do entrevistado: \_\_\_\_\_

Assinatura do pesquisador: \_\_\_\_\_