



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
CENTRO DE HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**MÁRIO FELLIPE FERNANDES VIEIRA VASCONCELOS**

**“DIRETO AO PONTO”: UMA ANÁLISE DAS BUSCAS POR PARCEIROS NO  
GRINDR E NO SCRUFF NO CONTEXTO DO NEOLIBERALISMO**

**FORTALEZA  
2023**

MÁRIO FELLIPE FERNANDES VIEIRA VASCONCELOS

DIRETO AO PONTO: UMA ANÁLISE DAS BUSCAS POR PARCEIROS NO  
GRINDR E NO SCRUFF NO CONTEXTO DO NEOLIBERALISMO

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutor em Sociologia. Linha de pesquisa: Gênero e Diversidade, Cultura e Pensamento Social.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Cristian Saraiva Paiva

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

V451\* Vasconcelos, Mário Felipe Fernandes Vieira.

"Direto ao ponto" : uma análise das buscas por parceiros no Grindr e no Scruff no contexto do neoliberalismo / Mário Felipe Fernandes Vieira Vasconcelos. – 2023.  
197 f. : il. color.

Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2023.  
Orientação: Prof. Dr. Antônio Cristian Saraiva Paiva.

1. Aplicativos de Pegação entre Homens. 2. Mídias Digitais. 3. Empreendedorismo. 4. Mercado Neoliberal. I. Título.

CDD 301

---

MÁRIO FELLIPE FERNANDES VIEIRA VASCONCELOS

DIRETO AO PONTO: UMA ANÁLISE DAS BUSCAS POR PARCEIROS NO  
GRINDR E NO SCRUFF NO CONTEXTO DO NEOLIBERALISMO

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutor(a) em Sociologia. Linha de pesquisa: Gênero e Diversidade, Cultura e Pensamento Social.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Cristian Saraiva Paiva

Aprovada em: 16/06/2023.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Antônio Cristian Saraiva Paiva (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Irllys Alencar Firmo Barreira  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Carolina Parreiras Silva  
Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

---

Prof<sup>a</sup>. Dr. Richard Miskolci Escudeiro  
Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)

---

Prof. Dr. Filipe André Padilha  
Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)

## AGRADECIMENTOS

Escrever uma tese é também reconhecer quem esteve conosco durante este percurso. É olhar retrospectivamente como a escrita foi tomando forma a partir dos encontros, das falas, das escutas, das trocas, da vida. Neste momento em que a tese ainda não “tomou corpo” e está passando “de mão em mão”, a escrita já está sendo feita, pois escrever é também o resultado das trocas que fazemos com o outro sobre os nossos trabalhos, daquilo que aceitamos viver e experimentar durante esta travessia. Nossa escrita carrega as marcas daquilo que nos permitimos e nos impedimos de viver.

Não sei se vou lembrar de todos que caminharam comigo ao longo destes quatro anos. Uma tese é feita de muitos momentos distintos. Agradeço ao meu ex companheiro João Rodrigues por ter estado comigo durante parte do meu doutorado e ter escutado, mesmo sem compreender muitas vezes, os meus dilemas sobre a tese. Você me proporcionou uma leveza necessária em um momento importante da minha vida. Obrigado por ter cruzado o meu caminho. Agradeço a minha mãe pela dedicação e pelo cuidado, por ter educado a mim e a minha irmã sozinha e que, mesmo diante de tantas dificuldades que atravessamos, nunca ter deixado de se preocupar com a nossa educação e com o nosso bem-estar. Agradeço a minha querida amiga e professora Maria Dolores de Brito Mota por ter sido inspiração para mim ainda quando eu era estudante de Design de Moda e não cogitava a ideia de seguir carreira acadêmica. Suas aulas e a maneira como você usava as palavras despertaram em mim o interesse pela pesquisa e pela docência. Agradeço ao meu orientador Cristian Paiva por ter me acolhido desde o mestrado. Sua parceria, incentivo e nossas vivências no Núcleo de Pesquisas sobre Sexualidade, Gênero e Subjetividade (NUSS) da UFC foram bastante formativas. Foi ali que eu me reconheci como um cientista social, como um pesquisador inquieto, atravessado por muitos incômodos. Nossos encontros, as trocas, as leituras, os autores e textos que conheci foram dando contorno ao que antes era um desassossego sem nome diante da vida. Foram esses momentos que me amadureceram enquanto pesquisador e enquanto pessoa, me ajudando no difícil e permanente exercício de simbolização da vida social. Agradeço a todas as professoras que cruzaram o

meu caminho. Sim, as professoras, pois coincidentemente ou não todas as professoras e pesquisadoras que passei a admirar e me espelhar foram mulheres: Dolores Mota, Irllys Barreira, Alba Carvalho, Glória Diógenes, Deisimer Gorczewski e Larissa Pelúcio. Vocês são mulheres incríveis! Obrigado por, mesmo sem saber, terem me ensinado tanto! Agradeço, em especial, as professoras que se tornaram colegas de trabalho e amigas Alba Carvalho e Larissa Pelúcio. Alba, obrigado pela paciência em ler meus textos mesmo meu tema não estando dentro do seu campo de interesse. Obrigado por sua amizade e companheirismo em momentos tão desafiadores que passei durante essa escrita. Foi com você e por você que esta tese foi tomando forma. Foi você quem me deu a pista de fazer uma articulação com o capitalismo como modo de enxergar as interações entre homens no aplicativo a partir de um contexto mais ampliado. Foi essa pista que me deu um fôlego novo para dar continuidade a este trabalho. Obrigado a querida amiga e pesquisadora com quem tanto aprendi e aprendo Larissa Pelúcio. Você não sabe o quanto nossas parcerias acadêmicas foram significativas para mim em um momento em que ainda não nos conhecíamos pessoalmente e que você era ainda para mim só uma referência bibliográfica importante. Nossas parcerias despertaram em mim uma vaidade boa e me forneceram a segurança necessária para apostar em parcerias com outros pesquisadores tão comprometidos quanto você: Professor Luiz Alex Silva Saraiva e professor Thiago Duque. Agradeço aos professores e professoras que compuseram a banca de qualificação desta tese e que tanto contribuíram, cada um a seu modo, com a escrita deste trabalho: Professora Isadora Lins França, Professora Irllys Barreira, Professor Richard Miskolci. Que sorte eu tive de ter uma banca como essa! Agradeço ao Professor Filipe Padilha, colega com quem compartilho meus interesses de pesquisa e com quem tanto aprendo. Obrigado pela leitura atenta e pelas trocas generosas. Agradeço as minhas amigas Yágda, Amanda, Deisiane, Rafaela, Fátima, Marcelle por serem tão parceiras e apostarem na nossa amizade. Vocês dão um colorido bonito na minha vida! Marcelle sem o seu trabalho de consultoria e suas contribuições o fechamento deste texto teria sido muito solitário. Me orgulho da pesquisadora que você se tornou! Agradeço ao meu amigo Bruno por ter me ajudado em tantos momentos difíceis que marcam a vida objetiva de tantos estudantes de pós-graduação no Brasil. Sem seu apoio, teria sido difícil

conseguir focar na tese e concluir a escrita deste trabalho. Obrigado aos colaboradores de pesquisa que confiaram a mim parte de suas vidas, que doaram seu tempo e tiveram paciência em me ouvir falar tantas vezes sobre este trabalho. Sem o esforço de vocês para compartilhar sobre o que cada um vivenciou nos aplicativos de busca de parceiros esta tese seria só uma ideia. Obrigado ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará e por seus professores e professoras que o ajudam a mantê-lo de pé. Foi neste lugar que aprendi a me reconhecer como pesquisador, que me vi pela primeira vez como um trabalhador, um cientista, um analista da vida social. Sim, acho importante dizer isso. Embora enquanto pesquisadores sejamos tomados diariamente pelo desânimo e pela falta de reconhecimento social, temos um lugar importante no funcionamento da vida social. São também os nossos trabalhos, fruto de nossas pesquisas, que não só nos instrumentaliza a compreendermos melhor acerca da maneira como vivemos em sociedade, mas também nos ajudam a pensar em que sociedade estamos e questionar o tipo de sociedade que queremos. Obrigado ao CNPQ e a CAPES por terem financiado minhas pesquisas de mestrado e doutorado durante seis anos. Sem a existência de instituições com essas nossas pesquisas não seriam viáveis. Agradeço aos livros, autores e autoras que apareceram no meu caminho durante a escrita desta tese e que me deram um fôlego para retomar a escrita em momentos áridos. Posso afirmar que a literatura é um antídoto muito eficiente para tempos difíceis. Ela nos ajuda a dizer o que estamos sentindo e com isso nos situar melhor diante do mundo. A literatura nos fornece a palavra certa que dá o contorno para as coisas. Escrever é um exercício difícil demais, sobretudo quando a nossa escrita é vigiada pelo método como é o caso de uma escrita acadêmica. Concluo esta tese respeitando mais o meu estilo e entendendo melhor que sempre há motivos para escrevermos da maneira como escrevemos. Não nos derramamos em nossos textos à toa, pois escrever é também uma maneira de nos salvar e de conferir o contorno necessário que a vida pede.

Não se trata propriamente de que a tecnologia da rede empobreça a vida pessoal e afetiva, mas de que ela cria possibilidades sem precedentes de sociabilidade e relacionamentos, porém os esvazia dos recursos afetivos e corporais que até hoje os ajudavam a se sustentar. (Eva Illouz).

Os amores líquidos hidratam, mas eles evaporam. (Larissa Pelúcio).

Nas telas, o mundo é previsível. (autor desconhecido).

Cada corpo, um encontro. (Giovana Madalosso).

## RESUMO

Esta pesquisa analisa interações mobilizadas por homens em aplicativos comerciais de busca por parceiros, os conhecidos aplicativos de “pegação masculina”. Meu objetivo consiste em compreender as correlações entre as interações mobilizadas pelos usuários dos aplicativos investigados e a dinâmica atual do mercado capitalista, marcada por uma crescente flexibilização dos processos produtivos, pela constante incitação ao consumo e por diferentes formas de desigualdade e precarização. Parto do pressuposto de que, por se tratarem de plataformas comerciais, a lógica de mercado produz um enquadramento das interações nos aplicativos, moldando a produção de desejos, subjetividades e interações sociais. A pesquisa de campo foi realizada, de maneira intermitente, entre os anos 2018 a 2022. O recorte empírico desta pesquisa é constituído por homens, com idades entre 23 e 45 anos, que utilizam dois desses aplicativos, o Grindr e o Scruff e que na maneira de construir seus perfis e em seus modos de interação acionam a lógica empreendedora pautada no controle do tempo, de modo a não desperdiçá-lo, na adoção de uma performance discreta como forma de medir o grau de desejabilidade e no cálculo de expectativas e oportunidades a fim de evitar frustrações. Essa escolha se deu pelo fato desses homens constituírem o público majoritário de usuários que utilizam os aplicativos. Foram utilizadas três estratégias metodológicas: interação com os perfis, análise do conteúdo textual disponível e entrevistas com os usuários dos aplicativos. As entrevistas foram realizadas de maneira presencial e pelo Google Meet, diante da dificuldade de obter dados significativos sobre os usuários e os seus usos durante as interações pelos aplicativos. Concluí que as formas de uso desses aplicativos encontram-se referenciadas por um discurso pautado por uma lógica empreendedora que instila um comportamento de competição e disputa constante, estimulada por uma cultura neoliberal, centrada nos ideais de autonomia, liberdade individual e desempenho que guiam os usos das mídias sociais digitais.

**Palavras-chave:** aplicativos de pegação entre homens; mídias digitais; empreendedorismo; mercado neoliberal.

## ABSTRACT

This research analyzes interactions mobilized by men in commercial partner search applications, known as “male pick-up” applications. My objective is to understand the correlations between the interactions mobilized by users of the applications investigated and the current dynamics of the capitalist market, marked by an increasing flexibilization of production processes, the constant incitement to consumption and different forms of inequality and precariousness. I start from the assumption that, because they are commercial platforms, market logic produces a framework for interactions in applications, shaping the production of desires, subjectivities and social interactions. The field research was carried out, intermittently, between the years 2018 and 2022. The empirical section of this research consists of men, aged between 23 and 45 years old, who use two of these applications, Grindr and Scruff and who in way of building their profiles and their modes of interaction trigger the entrepreneurial logic based on controlling time, so as not to waste it, adopting a discreet performance as a way of measuring the degree of desirability and calculating expectations and opportunities in order to avoid frustrations. This choice was made because these men constitute the majority of users who use the applications. Three methodological strategies were used: interaction with profiles, analysis of available textual content and interviews with application users. The interviews were carried out in person and via Google Meet, given the difficulty of obtaining meaningful data about users and their uses during interactions through the applications. I concluded that the ways in which these applications are used are referenced by a discourse guided by an entrepreneurial logic that instills a behavior of competition and constant dispute, stimulated by a neoliberal culture, centered on the ideals of autonomy, individual freedom and performance that guide the uses of digital social media.

**Keywords:** hookup apps; digital media; entrepreneurship; neoliberal market.

## LISTA DE IMAGENS

Figura 1 -	Mapa da cidade de Fortaleza, com destaque no bairro Edson Queiroz.....	22
Figura 2 -	Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura.....	24
Figura 3 -	Toca do Javali.....	25
Figura 4 -	Imagem ilustrativa da interface do Grindr.....	101
Figura 5 -	Print da tela do Perfil do Grindr.....	102
Figura 6 -	Print do perfil do Grindr.....	103
Figura 7 -	Print do perfil do Grindr.....	103
Figura 8 -	Print do perfil do Grindr.....	104
Figura 9 -	Print do divulgação do Grindr XTRA.....	105
Figura 10 -	Print da barra de ferramentas do perfil do Grindr.....	105
Figura 11 -	Print da tela do perfil pessoal.....	106
Figura 12 -	Print “Filtros Básicos” do Grindr.....	107
Figura 13 -	Print “Filtros avançados” do Grindr.....	107
Figura 14 -	Grindr é multado em R\$ 62 milhões.....	109
Figura 15 -	Grindr passa a ser um risco à segurança nacional.....	110
Figura 16 -	Grindr, um padre e o compartilhamento.....	110
Figura 17 -	App Grindr chega à Nyse.....	111
Figura 18 -	Grindr tem multa reduzida.....	111
Figura 19 -	Imagem meramente ilustrativa da interface do Scruff	196

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO: UM ENCONTRO ENTRE OS AFETOS E O MERCADO.....</b>	<b>12</b>
1.1	“A pesquisa nunca esteve tão colada à minha vida”: trajetórias e escolhas metodológicas.....	18
1.2	A Paisagem Emocional dos Aplicativos de Relacionamento Gays.....	30
1.3	Estrutura da tese.....	46
<b>2</b>	<b>APLICATIVOS, CAPITALISMO E MERCADO.....</b>	<b>49</b>
2.1	A cultura do novo capitalismo e emergência da sociedade das capacitações.....	51
2.2	Plataformização da sociedade: do agir ao passar os dedos... ..	60
2.3	O surgimento do indivíduo-empresa.....	71
<b>3</b>	<b>DO GUETO ÀS REDES: MUDANÇAS E PERMANÊNCIAS NA EXPRESSÃO DO DESEJO HOMOSSEXUAL.....</b>	<b>82</b>
3.1	Da histórica marginalização à privatização do desejo homossexual.....	83
3.2	Instalando o aplicativo: a interface do <i>Grindr</i> .....	99
3.3	Navegando no aplicativo: Rituais de interação.....	112
3.4	Os aplicativos como artefatos culturais pedagógicos.....	118
<b>4</b>	<b>“CASES DE SUCESSO”: MODOS DE EMPREENDER A MASCULINIDADE, A SEXUALIDADE E OS AFETOS NOS APLICATIVOS DE BUSCA DE PARCEIROS.....</b>	<b>127</b>
4.1	“Esses aplicativos foram uma espécie de libertação, porque era um lugar onde eu poderia praticar a minha sexualidade”	131
4.2	“No meu desejo sexual, quem manda sou eu” .....	145

<b>4.3</b>	<b>“No presencial suas escolhas são reais” .....</b>	<b>156</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>175</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>186</b>
	<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....</b>	<b>193</b>
	<b>APÊNDICE B – APRESENTAÇÃO DO SCRUFF.....</b>	<b>195</b>

## 1 INTRODUÇÃO: UM ENCONTRO ENTRE OS AFETOS E O MERCADO

Nesta introdução discorro sobre o objeto da tese, a minha trajetória de pesquisa enquanto pesquisador do campo dos estudos de gênero e sexualidade, relato que inclui meu percurso e minhas escolhas metodológicas e, por último, a estrutura da tese, ou seja, o modo como foram organizados os capítulos.

Esta pesquisa de tese de doutoramento fala de interações mobilizadas por homens em aplicativos comerciais de busca por parceiros, os conhecidos aplicativos de pegação masculina. Meu objetivo consiste em analisar as correlações entre as interações mobilizadas pelos usuários dos aplicativos investigados e a dinâmica atual do mercado capitalista, marcada por uma crescente flexibilização dos processos produtivos, pela constante incitação ao consumo e por diferentes formas de desigualdade e precarização.

Procuro identificar e problematizar a presença e a incorporação de uma lógica mercadológica, presente na gestão de si e na mecânica do descarte, na constituição de subjetividades e nas interações entre os usuários nesses aplicativos. Meu percurso investigativo consiste em compreender como mudanças macroestruturais, expressas na disseminação de uma lógica neoliberal em todos os domínios da vida social, refletem-se na dinâmica das interações íntimas em aplicativos de busca e na produção de subjetividades. Parto do pressuposto que, por se tratarem de plataformas comerciais, a lógica de mercado produz um enquadramento das interações nos aplicativos, moldando a produção de subjetividades e de interações sociais.

Avento a hipótese de que esse cenário de transformações mais amplas, engendradas pelo novo capitalismo (SENNETT, 2018) que passam a ser regidas por uma lógica mais “flexível”, tem produzido mudanças nas formas das pessoas se relacionarem afetiva e sexualmente, expressas no enquadramento das relações sociais a partir de um modelo mercadológico, que pode ser visto através da estética, da linguagem, dos modos de produção si e das formas de interação com o outro.

Aposto que o contexto de flexibilização, que caracteriza a cultura do novo capitalismo, espraia sua lógica mercantil e seus efeitos em aplicativos comerciais de busca de parceiros, criando um procedimento para as interações entre homens ali desenvolvidas e para as formas de produção de si. Nesse sentido, a subjetividade e a interação social nesses espaços tornam-se efeitos de um processo de modelagem

mercadológica, proveniente da incorporação desse modelo mercantil. Me interessa também responder com essa pesquisa como os aplicativos de busca de parceiros tem se constituído como “espaços de atualização do sexo impessoal sob um novo arranjo” (PADILHA, 2019, p. 16).

A noção de empreendedorismo emocional trabalhada nesta tese considera as emoções como objetos de intervenção gerencial dos usuários dos aplicativos investigados, utilizadas como meios de maximizar seu valor na dinâmica do mercado afetivo. A gestão da autoimagem na construção do perfil, a escolha das palavras usadas em uma conversa, o controle de informações pessoais que o outro pode ou não ter acesso além de expressarem um modo de empreender a si mesmo nos aplicativos de busca visando o “sucesso” nesse empreendimento consiste também em um modo de assegurar a manutenção de um tipo de masculinidade pragmática que orienta as ações desses usuários no sentido de evitar qualquer tipo de envolvimento ou estabelecimento de vínculo duradouro. Empreender as emoções, nesse caso, é ser capaz de mobilizar “capital humano”, de “maximizar competências”, de saber se “autogerir” a fim de obter o máximo de prazer e sensações em um curto intervalo de tempo. Segundo Chiavenato (2007, p. 24), “o termo empreendedor significa aquele que assume riscos e começa algo novo.” Ainda, segundo o mesmo autor, o espírito que rege o comportamento empreendedor é identificado por três características básicas: a necessidade de autorrealização, a disposição para assumir riscos e a autoconfiança (CHIAVENATO, 2007, p. 32-34).

Para compreender melhor a noção de empreendedorismo emocional, me valho da diferença entre emoção e sentimento apresentada pelo filósofo Byung-Chul Han. Em *Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder*, Han (2018) difere o campo do afeto e da emoção da esfera do sentimento ao afirmar que o sentimento permite uma narração, pois possui uma duração. Já o afeto é da ordem do instantâneo, não havendo possibilidade de narrá-lo, dada a sua natureza fugaz. Logo, a emoção e o afeto são da ordem do momento, afecções prontas-para-serem usadas. Certamente, por este motivo as emoções tenham ganhado destaque na versão contemporânea do capitalismo na medida em que são facilmente capturadas, dada a perda desse caráter de duração do qual sinaliza Byung-Chul Han. O autor afirma que “o regime neoliberal emprega as emoções como recursos para alcançar mais produtividade e desempenho” (HAN, 2018, p. 64-65).

Nesse jogo onde as emoções ganham centralidade é preciso mobilizar uma série de competências racionais e emocionais para manter-se competitivo. É preciso saber jogar, ou seja, ser “flexível” para conseguir participar do jogo. Gamificar a paquera foi uma maneira que empresas como o *Grindr*, o *Scruff* e o *Tinder* encontraram para garantir a permanência dos usuários no jogo, para manterem seus clientes ali, produtivos. Ao transformar a paquera em um jogo que opera a partir de um sistema de recompensas, o usuário é convocado constantemente a continuar investindo em suas buscas. A matéria prima desse jogo são as emoções e as formas que os usuários acionam para empreendê-las. Pelúcio (2022, p. 213-214) nos ensina como “se dar bem” nesse universo de ofertas regido por uma abundância imaginada.

É preciso acionar lógicas organizativas, racionalizando a busca e gerindo o tempo para que se faça o melhor investimento. Acumular capital sexual pode capitalizar experiências que permitirão que se tenha mais sucesso e, desejavelmente, menos sofrimento em um mercado competitivo que exige que se demonstre diversas habilidades emocionais. Entre estas, saber lidar com relações flexíveis, nas quais os termos fluidos escapam e confundem os agentes, exigindo, por outro lado, processos reflexivos que podem fomentar a ideia de uma individualidade autônoma, que não só dificulta os vínculos duradouros como pode levar à autoatribuição pelo fracasso.

Essa noção de emoção, trabalhada nesta tese, se aproxima também daquilo que Duarte (1999) chama de “dispositivo da sensibilidade” que passou a existir no contexto das sociedades modernas ocidentais. Para este autor, este dispositivo opera a partir de uma “tensão entre a maximização da vida que consiste em um investimento no longo prazo e na duração e a otimização do corpo, que se trata de uma aposta no curto prazo e na intensidade” (DUARTE, 1999, p. 28). Embora haja essa tensão entre a maximização da vida e otimização do corpo, na medida em que o bom empreendedor nunca cessa a sua busca, nunca estaciona, a ideia de investimento a longo prazo não está presente na maioria dos relatos dos empreendedores na medida em que esses por habitarem um contexto neoliberal marcado pela pressa e compressão do espaço-tempo realizam suas apostas visando uma obtenção de prazer imediato.

Acho importante pontuar que não enxergo o mercado como o grande vilão das interações produzidas em aplicativos de busca de parceiros, como se ele sozinho fosse o único responsável por um conjunto de transformações que interferem na forma como as pessoas agem. Contudo se há um peso analítico atribuído a maneira como

o mercado tem moldado essas subjetividades é dada a força que essas plataformas digitais têm operado no enquadramento de relações sociais, homogeneizando a experiência da paquera homossexual. Mas é importante salientar que esses aplicativos não operam sozinhos. Sua capilaridade só se torna viável no contexto de uma sociedade neoliberal centrada no inflacionamento do eu, na competitividade permanente, na diminuição de um estado de bem-estar social e na precarização do trabalho. Nisto reside a força do neoliberalismo que, como diz Rolnik (2019), não se trata de uma abstração, mas de um modo de vida de uma época.

Não responder uma mensagem, afirmar que o silêncio é uma resposta, bloquear um contato, desaparecer enquanto se está desenvolvendo uma interação me mostraram que havia alguma mudança operando no campo do flerte e da paquera e me fez apostar que essa transformação estava diretamente associada a essa nova versão do capitalismo que se intensificou com a emergência de uma sociedade plataformizada. As formas de agência que verifiquei ao longo da pesquisa com relação a ir na direção contrária a essa lógica do empreendedorismo me mostraram que embora houvesse formas alternativas de uso, elas eram muito poucas quando comparadas a essas formas hegemônicas de uso pautadas na lógica do empreendedorismo.

O empreendedorismo de si embora pressuponha uma racionalidade calculista em torno dos ganhos e perdas visando à otimização é trabalhado na pesquisa como um tipo-ideal que orienta os usos de grande maioria dos usuários nos aplicativos de busca de parceiros. Logo, de saída, é preciso que se diga que por mais que muitos usuários se empenhem em incorporar esse lugar do empreendedor, do indivíduo que possui controle total de si, o excesso de autoconfiança na fachada é frágil e só é mantido a custo de muito esforço. Empreender na vida e nos afetos é uma batalha constante. Quem decide fugir da lógica empreendedora ou questioná-la, mostrando-se mais aberto e revelando um pouco de suas vulnerabilidades, é lido como afeminado. Na lógica dos apps de busca de parceiros, quem não empreende é considerado afeminado. Logo, quem ganha nesse jogo? Quem é capaz de assegurar a fachada empreendedora até se concretizar o encontro presencial, quem é capaz de melhor mimetizar uma performance do homem heterossexual.

Meu objetivo com essa pesquisa consiste em compreender a formação da paisagem emocional de homens que utilizam aplicativos de busca de parceiros, elegendo como campo empírico dois aplicativos de pegação masculina e procurando

situá-los no interior de um contexto social mais amplo, marcado pela informalidade e precarização das relações trabalhistas e de um espraiamento da lógica de mercado neoliberal para todos os domínios da vida social. As categorias analíticas mobilizadas nessa pesquisa foram: Aplicativos de pegação, Mídias digitais, Empreendedorismo, Mercado neoliberal e Solidão.

O sociólogo Richard Miskolci (2017, p. 98-99) destaca cinco transformações que o advento da internet causou na vida sexual e amorosa de seus usuários: 1) a criação de um sentimento de agência desejante, sobretudo com relação a mulheres e a homossexuais, historicamente impedidos de exercerem livremente a sua sexualidade; 2) a individualização da busca, segundo interesses pessoais e gostos eróticos específicos; 3) a mudança no roteiro do flerte, que passou a se dar de forma mais direta e a partir da intimidade; 4) a aceleração das relações e 5) a ampliação do número de parceiros em potencial que operou, a um só tempo, tanto no processo de ampliação dos horizontes aspiracionais desses usuários como contribuiu para a formação de redes relacionais seletivas que tornaram a busca por parceiros um fim em si mesmo. Parto da hipótese de que a versão contemporânea da internet e as redes sociais digitais têm engendrado uma nova economia psíquica nos sujeitos, reflexo do aumento da demanda por interações, da rapidez com que elas se desenvolvem e do sentimento de cansaço que o uso intensificado delas resulta, “como se a casca que reveste o nosso aparelho psíquico devesse estar sempre pronta (ou, ainda, atrasada) para o próximo *refresh* de dados” (LIEDKE, 2023, p. 33).

A existência desse cenário me leva a considerar que os aplicativos de busca de parceiros têm funcionado também como dispositivos contemporâneos de gestão do desejo<sup>1</sup>, mas de um desejo privatizado, individualizado, na medida em que seu uso pressupõe a existência de um indivíduo que está no controle da interação expresso na imagem de um eu selecionador, de um eu soberano (ROUDINESCO, 2022).

Os aplicativos de busca de parceiros também têm operado como dispositivos de gestão do sofrimento psíquico ao criar um procedimento que atua na

---

<sup>1</sup> O desejo aqui é interpretado a partir de uma perspectiva sociológica que o enxerga como sendo resultado de “tensões de forças que atravessam diretamente o campo social” (PERLONGHER, 1987). A noção de desejo trabalhada nesta tese é diferente da maneira como a Psicanálise enxerga o desejo. De forma bem sucinta, a noção de desejo para a Psicanálise está muito mais ligada a um modo singular de estar no mundo e a maneira como cada sujeito vai inventando e “bancando” esse lugar ao longo da vida. Agir pelo desejo e não pela demanda reflete uma mudança de posição subjetiva da relação do sujeito perante o Outro que implica em conquistar uma autonomia parcial diante da vida.

produção de subjetividades e de interações sociais em uma plataforma que opera de maneira análoga a um jogo, despertando nos usuários um sentimento permanente de competição que funciona como um exercício performativo de um ideal de masculinidade onde a virilidade e o sexo acumulativo e serial ocupam um lugar de centralidade. Esse contexto marcado pela centralidade do eu e hiper-estimulação à hiper-racionalização é bem descrito por Liedke (2023, p. 33-34):

Propagandecemos e comercializamos tão bem a promessa do autoconhecimento como um conceito tão atraente às massas e que cola perfeitamente nos discursos vigentes de autoaprimoramento, autocuidado, faça você mesmo, *lifestealing* e tanto produtos e objetos culturais que pretendem empoderar o Eu. O século do ego, clássico documentário de Adam Curtis, de 2022, parece bastante adequado a esse novo século de egos anabolizados.

Assim, a receita de “sucesso” nos aplicativos de busca de parceiros parece estar intimamente relacionada a quem se demonstra apto a investir mais em si mesmo (no tempo, nas fotos, na caça, na performance, no uso das palavras) exercício que se dá a partir da maximização de habilidades e competências específicas. É importante salientar que essas transformações ocorrem em um cenário onde a esfera do amor e da sexualidade se tornou um campo despolitizado e psicologizado em que os parceiros se tornam os principais objetos de intervenção gerencial.

A antropóloga Larissa Pelúcio (2019) afirma que o não envolvimento e o terror do vínculo presente nas relações sem compromisso constituem um exercício performativo das masculinidades contemporâneas. Ao procurarem se diferenciar de traços corporais e psicológicos que o associam a uma alteridade feminina, os usuários estão não só se limpando dos estigmas associados historicamente às homossexualidades, como exercendo a sua masculinidade e obtendo, assim, mais sucesso na dinâmica das interações.

Nas relações sem compromisso do presente – também moldado pelas demandas de relações mais igualitárias – a conquista pode se completar não apenas na posse/ controle da parceira, mas na própria interrupção do relacionamento diante de um desentendimento que antes seria corriqueiro, de uma demanda de reciprocidade ou um acaso da vida que acione a necessidade do vínculo. Assim, à conquista se segue o abandono, afastamento ou cada vez mais o desaparecimento (*ghosting*) que reinsere o usuário homem no mercado em busca da nova conquista, como se fosse mais um ponto ou ganho em um jogo interminável. Jogo que se confunde com a própria afirmação e construção de uma masculinidade senhora de si, mesmo porque independente e desvinculada da alteridade feminina (PELÚCIO, 2019, p. 3).

Em um contexto capitalista pós-fordista<sup>2</sup>, marcado pela desregulamentação das leis trabalhistas, pela (des) hierarquização do processo produtivo, pelo aumento das terceirizações, da informalidade e por uma maior “participação” e “disponibilidade” dos trabalhadores, questiona-se: 1) de que maneira tais mudanças produzidas no âmbito do novo capitalismo se expressam na forma como homens interagem entre si em um aplicativo de paquera?; 2) de que forma a lógica da flexibilização se expressa na produção de subjetividades individualizadas?; 3) que vínculos estão sendo desenvolvidos a partir do enquadramento das relações por um procedimento comercial que transforma os perfis dos usuários em mercadorias, criando um cenário de ambiguidades onde as interações sociais se confundem transações comerciais? Pensando os aplicativos como um mercado e ciente de que a lógica do mercado é regida pela desigualdade de oportunidades, questiona-se: como a competência e a mobilização de diferentes capitais nesse mercado afetivo implica em diferentes formas de reconhecimento social?

### **1.1 “A pesquisa nunca esteve tão colada a minha vida”: trajetórias e escolhas metodológicas**

Uma pesquisa é sempre resultado de um caminho percorrido. Ao iniciar uma pesquisa, costumamos partir de uma questão fundamental que revela nosso primeiro contato com o universo que pretendemos investigar. Nunca começamos do nada.

Embora iniciemos partindo de alguma pergunta e amparado por leituras prévias, não sabemos muito bem onde isso dará. Durante o percurso, somos atravessados por incertezas que podem nos impelir a mudar de direção, a refazer o trajeto do início, a descobrir vias alternativas, a parar para renovar o fôlego ou até a desistir. O que nos motiva a continuar caminhando nas trilhas acidentadas de uma pesquisa é o nosso desejo. Somos movidos pelo desejo de conhecer e quanto mais conhecemos mais temos vontade de continuar caminhando.

---

<sup>2</sup> Algumas características do sistema de produção toyotista, como a aceleração e a flexibilização do processo produtivo, o controle do tempo (expresso na lógica do tempo justo), o sistema de metas e recompensas, bem como a multifuncionalidade dos trabalhadores, me inspiraram a pensar a dinâmica das relações entre homens nos aplicativos investigados.

A pesquisa como caminhada pressupõe um corpo que caminha, um corpo marcado por uma raça, uma geração, uma classe, um gênero, uma sexualidade, um modo de vida. Mas também um corpo que tem uma história, que carrega consigo as marcas de suas vivências, seus medos, suas ansiedades, suas inseguranças, suas alegrias e desafios superados. Esses desafios presentes no caminhar da pesquisa aparecem no percurso metodológico de Pelúcio (2019) que se deu, sobretudo online e foi marcado por ansiedade e esgotamento emocional por parte da pesquisadora. Segundo a autora, “aprender a administrar estas convocações foi um esforço técnico e emocional intenso que serviu também como um interessante trabalho com a alteridade” (PELUCIO, 2019, p. 47).

O caminhar, como uma metáfora para o pesquisar, também implica a existência de um lugar. Ninguém caminha no vazio, embora seja essa a sensação que se sente muitas vezes no percurso de uma pesquisa. É preciso mapear antes detalhadamente o território que se pretende conhecer: saber quem já andou por ele, que marcas foram deixadas, por quais mudanças passou e como ele afeta seus estrangeiros. Mesmo feito esse mapeamento prévio, ainda assim não temos como prever, de antemão, o que acontecerá durante a nossa caminhada e como seremos afetados por ela. Tudo que acontece no percurso é marcado por uma certa imprevisibilidade, exigindo do caminhante uma capacidade adaptativa para lidar com possíveis surpresas, bem como a adoção de uma postura de não resistência, de abertura aos fluxos produzidos no caminho que o permitem viver a experiência do caminhar de forma mais intensa, sem que isso comprometa a caminhada.

Esse caráter imprevisível da caminhada é minimizado com alguns instrumentos que o caminhante leva consigo. Essas ferramentas incluem instrumentais que acumulou ao longo da vida, tanto pessoal como profissional. São experiências, conceitos, leituras, visões de mundo que compõem uma caixa de ferramentas que minimizam a angústia da imprevisibilidade, pavimentando o chão que pisa e sinalizando possíveis caminhos. Embora não indique rotas precisas, esses instrumentos acompanham o caminhante e atuam como um anteparo quando é atravessado por um sentimento de insegurança.

Todo caminhante é constituído por uma história. Essa história afeta cada nova caminhada, conferindo a ela um sentido muito peculiar. As histórias conformam um modo de ser e de se colocar no mundo, afetando o caminhar. Elas se deixam ver no ritmo e na intensidade com que se caminha, na maneira como se caminha, nas

escolhas que se faz durante a caminhada, na capacidade de assumir riscos e no abandono de algumas aventuras. Sua história pessoal se mistura a outras experiências, produzindo interferências no caminhar. O caminhante não se abandona quando sai para caminhar, pelo contrário, ele leva consigo junto o que já viveu, evidenciando a inseparabilidade de suas experiências daquilo que ele entende como sendo o seu eu mais fundamental. Quando ele nega essas vivências em nome de uma caminhada mais plena, sem obstáculos, elas retornam, revelando que seu controle sobre o curso das coisas é precário.

Iniciei essa seção apropriando-me da metáfora da caminhada para descrever minha trajetória de pesquisa. Como uma caminhada, minha pesquisa desde o início, foi marcada por sobressaltos, descobertas, mudanças, inseguranças e angústias que se impuseram no meu caminho em função da relação entre as escolhas que fui fazendo e a minha trajetória de vida. Muitas dessas inseguranças já me acompanhavam antes mesmo da pesquisa e seguiram me acompanhando durante este percurso. Já outras, foram aparecendo à medida em que eu ia caminhando. Quanto mais eu avançava, mais afetado<sup>3</sup> eu era pelo caminhar.

Pesquisar consiste, de algum modo, em um encontro do pesquisador com sua subjetividade, que se impõe desde a escolha do que pesquisar à forma como se escreve. Contudo, esse encontro do pesquisador consigo mesmo não implica em uma viagem introspectiva, onde sua experiência pessoal ganha centralidade na escrita do texto, que deixa de ser uma etnografia para ser uma “eutnografia” (nos termos de SOUZA, 2007), mas em um exercício de sensibilização em relação àqueles com os quais se decidiu conviver por um determinado tempo. Contudo, é importante destacar que nossas experiências pessoais se impõem ao texto e que embora, um texto acadêmico exija um certo distanciamento de si a fim de que nossos “objetos falem” por si nem toda escolha no processo de escrever se dá de forma consciente.

À medida em que eu ia avançando nos estudos de gênero e sexualidade, fui sendo confrontado a lidar com muitas questões de cunho pessoal que me exigiram o trabalho de revisitar minha história de vida e minhas primeiras experiências como homem gay. Minhas vivências enquanto jovem gay me pareciam estar indissociavelmente ligadas ao meu interesse em pesquisar diferentes formas de homo sociabilidade masculina. O movimento era esse: uma questão pessoal era

---

<sup>3</sup> Sobre ser afetado pelo campo de pesquisa ver: Favret- Saada (2005); Goldman (2003); Souza (2007).

transformada em questão investigativa que, por sua vez, reconfigurava minha vida pessoal. O interesse pelo tema parecia estar colado ao interesse que eu tinha em me conhecer na condição de jovem gay, por isso, talvez, a dificuldade em separar uma coisa da outra durante todo o meu percurso acadêmico.

Com o passar do tempo, fui percebendo que avançar na pesquisa implicava algum efeito na minha vida pessoal, já que esses dois campos pareciam tão profundamente interligados, experiência vivenciada também por Vasconcelos (2019)<sup>4</sup>. Penso que toda pesquisa, independentemente do tema, produz efeitos na vida pessoal do pesquisador. Contudo, quando há uma proximidade muito grande entre o tema de pesquisa e a história de vida do pesquisador, a pesquisa pode se tornar também uma ferramenta de autoconhecimento (SANTOS, 2010). Esse exercício de aproximação de uma trajetória pessoal com um contexto social mais amplo configura-se no que Mills (1959) chama de imaginação sociológica que permite ao pesquisador compreender a história e a sua biografia e as relações entre ambas dentro da sociedade. Acredito também que a investigação de temas considerados tabu em nossa sociedade, como a sexualidade, acaba por exigir um esforço maior do pesquisador que é interpelado a reafirmar, de modo recorrente, a relevância de sua pesquisa dentro e fora da comunidade científica.

Esta pesquisa consiste em uma etnografia com mídias digitais. Embora não tenha envolvido formas tradicionais de convívio com os interlocutores, a pesquisa foi intensa, contínua e envolveu diferentes formas de interpelação do campo: **análises dos perfis, observações das interações e entrevistas**. O trabalho de campo foi iniciado em 2018 e finalizado em 2021 e se deu através de uma sistemática coleta de dados nos dois aplicativos pesquisados e no embasamento teórico que deu suporte a análise do campo.

Apono algumas características que identifiquei deste campo: 1) o campo é caracterizado como um espaço de recusa aos homens gays afeminados; 2) os aplicativos investigados consistem em espaços de esvaziamentos dos conteúdos políticos do eu na medida em que os usuários ao se inserirem nos apps aderem uma forma mercadológica de compreender o político, o que afeta a produção de suas subjetividades e interações sociais; 3) a velocidade que, embora associada a exigência de eficiência no trabalho na dinâmica contemporânea do capitalismo, possui

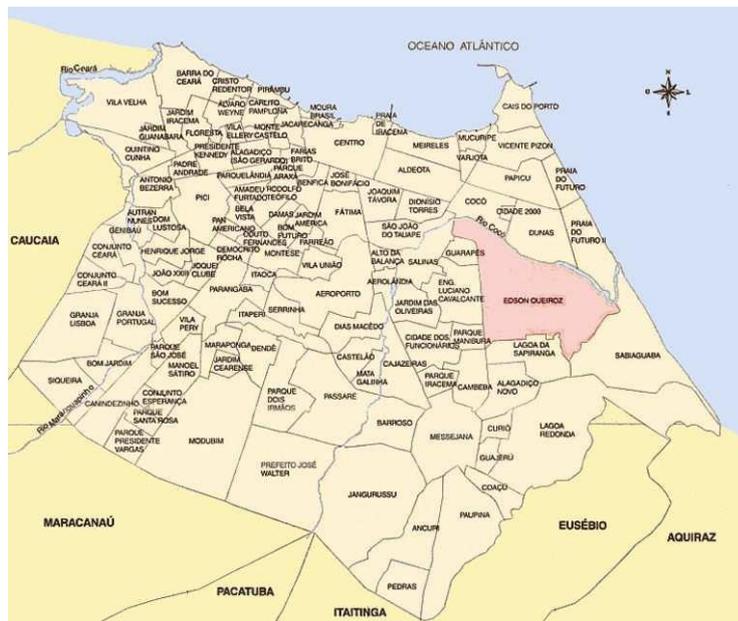
---

<sup>4</sup> Para saber mais sobre as implicações da pesquisa na vida pessoal do pesquisador, ver em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/44376?mode=full>. Acesso: 02/05/2023.

um aspecto local, regional. No contexto de uma cultura machista, predominantemente católica e conservadora com é a de Fortaleza, os encontros afetivos e sexuais entre homens precisam ser rápidos e às escondidas, na medida em que o que é rápido é esquecido, fingindo-se que não existiu.

Fortaleza é um município brasileiro, capital do estado do Ceará, situada na região Nordeste do país. É a maior cidade das regiões Norte e Nordeste em população e a quarta do Brasil. No ano de 2012, a cidade alcançou as marcas de segundo destino mais desejado do Brasil e quarta cidade brasileira que mais recebeu turistas de acordo com o Ministério do Turismo.<sup>5</sup>

Figura 1 - Mapa da cidade de Fortaleza, com destaque no bairro Edson Queiroz



Fonte: Research Gate<sup>6</sup>.

O Catolicismo consiste na religião dominante entre a maioria dos cearenses. Segundo censo de 2010, mais da metade da população cearense professa o catolicismo. O papel da religião na formação da cultura cearense e, sobretudo da religiosidade popular, é primordial e responsável por estruturar modos de vida centrado em valores familiares patriarcais e heteronormativos. Esse contexto produz ressonância na maneira como homens gays vivenciam a homossexualidade e se

<sup>5</sup> Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Fortaleza>. Acesso: 9 jan. 2024.

<sup>6</sup> Disponível em: [https://www.researchgate.net/figure/FIGURA-1-Mapa-da-Cidade-de-Fortaleza-Ceara-com-destaque-no-bairro-Edson-Queiroz\\_fig1\\_29732734](https://www.researchgate.net/figure/FIGURA-1-Mapa-da-Cidade-de-Fortaleza-Ceara-com-destaque-no-bairro-Edson-Queiroz_fig1_29732734). Acesso: 9 jan. 2024.

relacionam entre si por meio de aplicativos em âmbito local, produzindo formas de precariedades que possuem um caráter local. Precariedades amorosas e sexuais frutos de um contexto social familista, machista e heterocentrado.

Correlacionar a peculiaridade das interações dos homens que utilizam aplicativos de pegação em Fortaleza a aspectos locais como o peso do valor da família, da religiosidade e do machismo explica, em alguma medida, a falta de envolvimento dos encontros e o grau de precariedade (feito às pressas, às escondidas) que eles se dão. A persistência de um contexto social marcado pela violência no que diz respeito a expressão pública do desejo homoerótico também consiste em um fator importante para que esses encontros se limitem, muitas vezes, às interações digitalmente mediadas. Segundo a Associação Nacional de Travestis e Transsexuais, o Ceará é considerado um dos estados que mais mata travestis no Brasil<sup>7</sup>. Soma-se isso a aspectos que dizem respeito a própria modulação da tecnologia e de como esses aplicativos viciam e são dispositivos compensatórios que livram os usuários das frustrações que podem decorrer dos encontros presenciais. Em um contexto onde há poucos espaços coletivos de sociabilidade gay, a homossexualidade continua sendo regida pela lógica do armário, onde os gays assumem uma postura de indiferença, evitando qualquer tipo de envolvimento, pois envolver-se, nesse contexto, não é simplesmente uma decisão individual, mas efeito de condições socioculturais que garantam a possibilidade de vivenciar o desejo sem sofrer retaliações nos espaços familiares, de trabalho e social. A realidade regional local marcada pela religiosidade e pelo conservadorismo relega às bordas da vida social essas vivências que são experienciadas na surdina, não sendo incorporadas a dinâmica da vida social. O medo de assumir-se e dos efeitos que esse ato trará por parte da família acaba por inviabilizar outros modos de se vivenciar a homossexualidade que dada a precariedade de espaços coletivos de sociabilidade e de uma cultura centrada em valores conservadores, acaba por referenciar-se apenas em versões prontas de como ser gay, disseminadas pela propaganda e pela pornografia.

No que tange a existências de espaços de sociabilidade direcionados especificamente para homens gays em Fortaleza, foi somente a partir da segunda metade dos anos 90 do século XX que começou a se constituir um circuito gay de

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2023/01/27/ceara-e-o-segundo-estado-mais-mata-travestis-no-pais-em-2022.ghtml>. Acesso: 09 jan de 2024.

diversão em Fortaleza, formado por boates, bares e cinemas. A partir desta época, a vida noturna gay de Fortaleza passou a se concentrar na região da praia de Iracema, mais precisamente no entorno do Centro Cultural Dragão do Mar.

Figura 2 - Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura



Fonte: Pinterest<sup>8</sup>.

A partir dos anos 2000, os bares e as boates localizadas nesta região passaram a constituir nos principais espaços que compunham uma cena gay na cidade de Fortaleza. E, embora com o passar dos anos, outros espaços tenham surgido na cidade, descentralizado este circuito gay de diversão, este espaço continua sendo importante por congregar em seu entorno o número maior de boates voltadas para o segmento LGBTQUIA+. Boates como a Music Box, a Music House e a Donna Santa foram espaços de sociabilidade que atraíam diferentes nichos de gays, lésbicas e simpatizantes no primeiro decênio dos anos 2000. Além destas boates, durante quatorze anos, funcionou no centro da cidade a boate Divine, uma casa noturna voltada para o público gay da classe B e C e cuja principal atração eram as apresentações de drag-queens locais. Em 2015, a Divine fechou as portas e em 2023 foi inaugurada a Valentina, uma boate que tem recuperado a tradição dos shows de drag-queens tanto locais como de outras regiões do Brasil. Embora haja uma diferença geracional no que tange ao público destes dois espaços de sociabilidade gay situados no centro, sendo a Divine uma boate frequentada por um público situado

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/695876579895175943/>. Acesso em: 9 jan. 2024.

na faixa dos trinta anos e a Valentina por um público mais jovem, os dois espaços compõem a história de um circuito de diversão gay na cidade de Fortaleza que se espalha por outros espaços da cidade não circunscritos à Praia de Iracema. Além destes dois espaços voltados para o público gay B e C, há também uma casa noturna localizada no bairro Benfica chamada Toca do Javali, espaço onde o público gay é mais diversificado no que tange a aspectos como classe, raça e performance de gênero.

Figura 3 - Toca do Javali



Fonte: Avaliações Brasil<sup>9</sup>.

A partir de 2008, com o surgimento da boate Meet (Music & Lounge) no bairro da Varjota<sup>10</sup> o circuito de sociabilidade gay noturna de Fortaleza se descentra do espaço do entorno do Centro Cultural Dragão do Mar. A Boate Meet surge com uma proposta de diferenciação em um contexto em que o público das boates localizadas entorno do Dragão do Mar estava “muito misturado.” Essa mudança coincide com um período onde o Dragão do Mar começa passar por um processo de precarização e

<sup>9</sup> Disponível em: <https://avaliacoesbrasil.com/bar/fortaleza/toca-do-javali/>. Acesso: 16 jan. 2024.

<sup>10</sup> “A Varjota está em localização estratégica, limitando-se ao Norte com o bairro Mucuripe, ao Sul com os bairros Aldeota e Cocó, ao Leste com o Papicu, e ao Oeste com o Meireles, ficando a 600 metros da avenida Beira-Mar. Varjota é considerada o novo el dorado boêmio da capital cearense. Mais importante polo gastronômico da cidade, o bairro se destaca não apenas pela quantidade de restaurantes, mas também pela qualidade deles”. Disponível em: [https://www.sj.com.br/guia-regioes/bairro/varjota/fortaleza#:~:text=Sobre%20o%20bairro%20Varjota&text=Centen%C3%A1rio%20bairro%20de%20Fortaleza%2C%20a,mulheres%20ficavam%20em%20casa%20trabalhando](https://www.sj.com.br/guia-regioes/bairro/varjota/fortaleza#:~:text=Sobre%20o%20bairro%20Varjota&text=Centen%C3%A1rio%20bairro%20de%20Fortaleza%2C%20a,mulheres%20ficavam%20em%20casa%20trabalhando.). Acesso: 16 jan. de 2024.

abandono de investimento do poder público. O Dragão do Mar, com o passar dos anos, vai deixando de ser um lugar frequentado somente pela classe A e B para ser apropriado por outros segmentos sociais.

Além das boates e bares, o circuito gay de Fortaleza é composto por espaços como saunas, cinemões e barracas de praia, como a barraca do Joca (localizada na Praia de Iracema), o órbita Blue e a Cabumba (ambas localizadas na Praia do futuro) e, mais recentemente, a praia dos Crushs que funciona como uma faixa da praia de Iracema que vem sendo apropriada por um público jovem LGBTQIA+. <sup>11</sup>

A observação e análise dos perfis e interações nos aplicativos se deu de maneira intermitente. Durante o período de realização da pesquisa de campo, entrei e saí dos aplicativos algumas vezes, seja por dificuldade em lidar com a quantidade de interações simultâneas, seja para definir melhor o desenho de pesquisa que foi passando por mudanças ao longo do doutorado. Conforme já afirmei, elegi três estratégias metodológicas para me inserir no campo dos aplicativos: 1) interação com os perfis, 2) análise do conteúdo textual disponível nos perfis e 3) entrevista com os usuários. A primeira etapa da pesquisa, que se iniciou em 2018 e se estendeu até 2019, consistiu em uma etapa exploratória de reconhecimento do funcionamento do campo, de leitura dos códigos de interação e início dos primeiros contatos com os usuários.

A segunda etapa, que se iniciou em 2019 e foi até 2022, foi em uma etapa caracterizada por uma imersão mais profunda nos aplicativos, período em que conversei mais longamente com alguns usuários e que pude encontrá-los pessoalmente com o intuito de realizar entrevistas em profundidade. Embora muitos usuários que estavam interessados em contribuir com a pesquisa me dissessem que preferiam conversar pelo próprio aplicativo como se “sair dali” implicasse em um investimento de tempo que eles não estavam dispostos a ter por se tratar de uma pesquisa acadêmica que divergia dos interesses deles nos aplicativos, para mim, na condição de pesquisador, realizar a pesquisa na imanência das interações se mostrou, ao longo dos anos, uma tarefa bastante difícil. Os usuários, de maneira geral, e os usuários interessados em colaborar com a pesquisa, de maneira específica, se

---

<sup>11</sup> Para saber mais sobre o processo de invenção e apropriação da Praia dos crush pelo público LGBTQIA+, consultar a dissertação de mestrado intitulada “A invenção da praia dos Crush”. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/51350>. Acesso: 16 jan. 2024.

mostravam muito pouco abertos para desenvolver interações com um pouco mais de mais profundidade. Enquanto eles me pediam um questionário para contribuírem de forma objetiva com a pesquisa, eu queria me aprofundar nas questões. Me interessava saber quem eram aquelas pessoas, quais eram suas motivações para estarem ali e como cada uma vivenciava o aplicativo a partir de diferentes situações.

Embora eu estivesse ciente de que me deixar afetar pelo “ambiente nervoso” dos aplicativos era vivenciar aquela experiência como cada colaborador vivenciava e do que esse mergulho poderia produzir em termos de análise para a pesquisa, tive que fazer uma escolha para conseguir concluir minha pesquisa. Neste percurso, foi importante para mim respeitar meus limites, pois é importante que se diga que um pesquisador é, antes de tudo, uma pessoa.

Considerando isso, depois de estabelecer as primeiras interações com os usuários pelos aplicativos, passei a convidá-los para continuarmos a conversa mais longamente. Sugeri duas opções para eles: *Google Meet* ou encontro presencial. Em um dado momento da pesquisa, os encontros presenciais ficaram inviáveis em função do contexto de isolamento social imposto pela pandemia do novo coronavírus, em março de 2020. Neste período, me dediquei a observar o conteúdo textual dos perfis, interagir com os usuários e realizar algumas entrevistas e conversas informais. Uma estratégia que também utilizei para selecionar os perfis se deu pela observação dos usuários que demonstravam uma atitude de abertura para falar sobre suas experiências. Iniciar uma interação a partir do flerte ou se valer disto por meio da utilização de expressões de duplo sentido (como de usuários que dizia “faz pesquisa em mim”) ou a própria postura de tratar o pesquisador como um objeto de fetiche são meios de aproximação que os usuários se valeram para interagir com uma pessoa (no caso eu) que informava buscar algo diferente deles em um espaço regido por trocas sexuais. Logo, minha postura com relação a esses usuários foi também de abertura. Entrar no jogo do flerte, corresponder de alguma maneira a essas investidas como forma de aproximação foi um importante exercício de inserção enquanto pesquisador nos aplicativos de buscas de parceiros.

As entrevistas só foram possíveis de serem realizadas a partir dessa postura de abertura ao jogo do flerte sem nele me fixar. A partir desses contatos, pude apurar meu olhar acerca da postura empreendedora acionada, de maneira expressa ou tácita, nos aplicativos e compreender, depois de um mergulho maior nas narrativas que colhi dessas conversas, quais os benefícios em sustentar uma performance

empreendedora e como a lógica do empreendedorismo nos aplicativos funciona como uma performance, um discurso que se sustenta visando um certo tipo de visibilidade e reconhecimento. Olhar mais de perto, conversar com essas pessoas, conviver com amigos que utilizavam os aplicativos, utilizar os aplicativos na condição de usuário, ser afetado por toda essa dinâmica que também me afetava enquanto homem gay consistiu em um importante exercício metodológico de humanização desses sujeitos e das problemáticas que atravessam a vida dos usuários com quem interagi.

Em um primeiro momento da pesquisa eu queria dar conta de tudo. Cada interação, cada contato me parecia uma oportunidade para compreender melhor aquele universo. Contudo, com o passar do tempo e com o desenho de pesquisa mais definido, precisei fazer algumas escolhas. Escolhi interagir com as pessoas que se mostravam interessadas em contribuir com a pesquisa. Em algum momento eu também me vi reproduzindo a mesma atitude dos usuários dos apps: embora meu objetivo fosse pesquisar, eu também não queria “perder tempo” flertando nos aplicativos, pois eu tinha uma pesquisa para dá conta, embora o flerte, como já sinalizei acima, tenha sido uma estratégia utilizada por mim algumas vezes ou que alguns usuários mobilizaram para falar comigo e que foi muito produtiva para estabelecer as primeiras aproximações. Já para os usuários que eram insistentes em flertar e que não demonstravam nenhum interesse em colaborar com a pesquisa decidi não responder mais. Mas, na condição de pesquisador, “perder tempo” no campo é uma forma de se familiarizar com ele, de se inserir, de aprender os seus códigos e de compreender seu funcionamento.

Inicialmente, não sabia quais critérios eu me valeria para selecionar os perfis que iria analisar. Fui percebendo, ao longo da minha inserção no campo, que a maioria dos perfis eram enxutos, possuíam poucas informações sobre os usuários. Já outros, como o do usuário “Afim? Lê aí” eram menos enxutos e portavam pistas interessantes para pensar formas de uso específicas que organizavam a maior parte das interações: relação apressada com o tempo, o imperativo de ver a foto do outro como condição para se iniciar uma interação, a descrição e a virilidade acionadas como capitais que visavam a obtenção de reconhecimento naquele espaço de trocas, uma atitude de escolha infinita possibilitada por um espaço regido por uma lógica da abundância. Selecionei os perfis que pareciam revelar ou tensionar o meu pressuposto de pesquisa que era: qual a relação entre as mudanças no campo afetivo e sexual experimentadas por homens em aplicativos de busca com as mudanças do

capitalismo em sua versão neoliberal? Como a lógica empreendedora era acionada na dinâmica dessas interações e na construção dos perfis como estratégia de subjetivação e de estabelecimento de contatos? Eu estava interessado em compreender essas interações e essas subjetividades à luz das mudanças experimentadas pelo capitalismo tardio.

Perfis como os do fisioterapeuta, de ubers, de massoterapeutas, de barbeiros, de usuários que buscavam outros usuários para gravar vídeos amadores e vender nas redes pareciam sinalizar para mim alguma mudança no contexto da paquera. Como é possível ter em um aplicativo de paquera tantas pessoas divulgando seus serviços profissionais? Era apenas um fetiche ou essa constatação revelava alguma transformação experimentada nos últimos vinte anos na esfera do trabalho? Infelizmente, não pude conversar com esses profissionais pessoalmente, exceto com o fisioterapeuta. Nossos interesses eram diferentes e o objetivo deles de sobrevivência parecia ser mais urgente do que colaborar com o pesquisador que não iria oferecer nenhum benefício em troca.

Diante desse cenário, fui observando que muitos usuários reproduziam em seus perfis uma relação muito específica com o tempo, com a imagem e com o envolvimento. Mirei nisso. Foi a partir dessa constatação (o que me levou bastante tempo, pois passei a observar melhor esse funcionamento já no final da pesquisa) que apostei na ideia de empreendedorismo nos aplicativos de busca. Empreender-se como pessoa interessante, discreta e pouco disposta para envolvimento marcado por uma temporalidade mais lenta se mostrou uma chave analítica interessante para pensar formas específicas de uso. Apostaria em dizer formas majoritárias de uso. Os usos contra hegemônicos, nesse sentido, pareciam ter pouca agência diante da quantidade de perfis e interações que acionava o *ethos* do empreendedorismo. Não perder tempo, calcular os riscos, maximizar os investimentos, medir o grau de desejabilidade, evitar o envolvimento, acumular contatos tudo isso acontecendo em um contexto de transformações no mundo do trabalho, com a popularização da internet e o barateamento dos *smartphones* e a disseminação em todas as esferas da vida de uma cultura empreendedora configurava o campo relacional do flerte entre homens.

Realizei, ao todo, quatorze entrevistas em profundidade. Escolhi três dessas entrevistas para trabalhar no capítulo quatro desta tese por elas me fornecerem um bom material para pensar a lógica do empreendedorismo nos

aplicativos. Embora os outros usuários acionassem em seus usos, explícita ou implicitamente, uma lógica similar, o conteúdo das conversas não me rendeu bons *insights*. As conversas que obtive com Leonardo aparece no capítulo três desta tese. O roteiro da entrevista contém questões de cunho sociodemográfico (como idade, grau de escolaridade, bairro onde reside, raça que se identifica, gênero, orientação sexual, dentre outros) e perguntas que focam nos usos e experiências dos usuários (como se autodescrevem nos apps, o que buscam, como interagem com outros usuários, que perfis se sentem atraídos, dentre outras). O roteiro contém também duas perguntas específicas. Uma que versa sobre os locais de lazer e paquera que os usuários frequentam na cidade de Fortaleza e outra sobre o que eles acham que mudou na experiência da paquera com o surgimento dos aplicativos. Esse roteiro foi tanto enviado para os colaboradores da pesquisa pelo *Whatsapp* como também guiou as entrevistas realizadas pelo *Google Meet* e os encontros presenciais.

## 1.2 A Paisagem Emocional dos Aplicativos de Relacionamento Gays

Acabo de fazer uma conta<sup>12</sup> no *Grindr*. Coloco o nome do perfil de “Sociólogo”. Escolho uma foto que mostra meu rosto e quase todo meu corpo. Nela estou vestindo uma camisa de tecido branca com parte dos botões abertos de modo que é possível ver um pouco dos meus pelos corporais. Na imagem eu apareço sorrindo. Escolho ela, pois estou querendo passar uma impressão positiva<sup>13</sup> sobre mim para os outros usuários do aplicativo. Minha escolha é racional pois quero saber de que maneira a exibição da minha imagem (cor da pele, pelos corporais, barba e suposta masculinidade) me coloca em uma dada posição na rede de relações do aplicativo, facilitando ou dificultando minhas interações com os usuários. Sobre a utilização estratégica da imagem na composição do perfil Padilha (2019, p.120) afirma que:

---

<sup>12</sup> Padilha (2019, p. 87) afirma que “projetar um recorte desse tipo envolve que nos tornemos também usuários. Precisamos criar e manter contas, perfis ativos e à disposição dos nossos interlocutores, de tal modo que essas ferramentas passam a integrar o nosso cotidiano”.

<sup>13</sup> Segundo Padilha (2019, p. 120) em sua pesquisa de doutorado realizada em aplicativos de busca de parceiros, “os sujeitos aprenderam que o sucesso tem a ver com as imagens. Para isso, a espetacularidade dos ângulos, filtros e cortes importam.”

[...] para a composição de um perfil online não basta uma foto qualquer. É preciso que, na medida do possível, a foto produza uma síntese capaz de reunir numa mesma imagem diferentes nuances da mensagem que se pretende passar, de maneira que o interlocutor e potencial parceiro possa tomar conhecimento do todo de uma só vez.

Recebo seis notificações no meu celular. Eram os perfis “affim de curte”, “D”, “koll”, “SÓ CURTIÇÃO”, “Maurício” e um perfil sem nome<sup>14</sup> que começaram a falar comigo simultaneamente. No mesmo instante, recebo também doze biscoitos<sup>15</sup> enviados por usuários diferentes. A maioria deles inicia a interação me cumprimentando com um “oi” ou um “boa noite”. “Maurício” envia logo depois do “oi” uma foto sua de rosto. “A fim hj” é mais direto: “Rola uma chupada depois”? Já os outros usuários apostam em flertes mais sutis: “você é um tipo que me atrai”/ “lindo”/ “ainda estou fixado no teu sorriso”. Segundo Miskolci (2017, p. 245) a interação nos aplicativos de relacionamentos gay consiste em um verdadeiro desnudamento corporal onde:

[...] o olhar que dirige a criação e a visualização dos perfis é aquele treinado pelo consumo de representações midiáticas, em especial as comerciais e pornográficas. Assim, os usuários tendem a construir perfis que expõem- de acordo com as restrições dos aplicativos- seu rosto e/ou corpo em poses que evocam a do universo da propaganda com toques de sensualidade. A exibição de músculos e pelos corporais tende a virilizar os corpos expostos, contrabalançando o risco da emasculação.

Pergunto aos usuários se eles leram meu perfil<sup>16</sup>. A maioria, embora diga que sim, parece ignorar o conteúdo textual descrito (no caso, a minha apresentação enquanto pesquisador e a descrição da pesquisa), o que me leva a concluir, de antemão, o pouco efeito do texto escrito quando comparado com a imagem no universo dos aplicativos de busca de parceiros, constatação que confirmo ao perguntar a “Brother 35” depois de uma abordagem se ele havia lido meu perfil. De maneira muito objetiva, ele me responde: “Cara não tenho paciência para ler perfil

<sup>14</sup> É comum muitos usuários de aplicativos de relacionamento gays não disponibilizarem informações pessoais como nomes, descrição e fotos em seus perfis. Esse comportamento se justifica como forma de assegurar o sigilo e a privacidade dos mesmos.

<sup>15</sup> Dar biscoitos é uma expressão corrente na internet e implica no ato de você elogiar ou dar like para alguém que postou alguma coisa só para chamar atenção. Dar biscoito no Grindr é uma forma de fazer elogios, demonstrando interesse em um determinado perfil. Veja mais em: <https://deumatch.blogosfera.uol.com.br/2019/02/12/agora-voce-pode-dar-biscoito-para-os-caras-quevoce-curtir-no-grindr/?cmpid=copiaecola>.

<sup>16</sup> Apresento- me no meu perfil como doutorando em Sociologia pesquisando a relação entre afetos e mercado nos aplicativos de relacionamento gay.

grande<sup>17</sup> vlw”. Esse é um dos primeiros sinais que o campo me revela: é preciso falar da pesquisa de forma direta, sem arroudes. Um bom empreendedor de si é objetivo, claro e direto. Segundo Miskolci (2021, p. 44):

[...] entrar em uma rede social, criar um perfil e socializar-se por meio de uma plataforma regida tecnologicamente por algoritmos e culturalmente pelo ideal da popularidade equivale a um exercício subjetivo de materializar-se como sujeito empreendedor nas redes e fora delas.

Com o tempo de uso, fui me dando conta de que, de fato, meu perfil tinha muita informação textual, o que não era estratégico naquele espaço, considerando a lógica empreendedora que organiza as interações na rede, mencionada acima por Miskolci. O texto grande me parecia um modo de conferir seriedade à pesquisa, comumente questionada tanto pelos usuários, como pelos meus colegas, como por mim mesmo. Nesses meus experimentos no campo para passar uma imagem séria daquilo que eu estava fazendo, empreendi algumas estratégias: mudei o nome do perfil, a foto, reduzi o texto e até fiquei sem foto em um dado momento. Essas experimentações eram tanto uma forma de me familiarizar com o campo como uma proteção diante dele. Somente depois de um certo tempo no campo concluí que eu precisaria, mesmo na condição de pesquisador, me converter em um perfil desejável para que as pessoas se interessassem em colaborar com a pesquisa. O que quer dizer que, nesse espaço de sociabilidade, eu teria que parecer mais interessante do que a pesquisa.

Embora muitos usuários demonstrassem interesse em colaborar com a pesquisa, foram poucos os que aceitaram conversar comigo pelo *Google Meet* ou me encontrar presencialmente. A maioria queria “resolver” por ali mesmo. Como estratégia diante dessas recusas e com o objetivo de acessar um número maior de usuários, passei a enviar um roteiro de perguntas para aqueles que disponibilizaram seu *Whatsapp* para continuarmos as interações. Antes de enviar uma lista contendo 25 perguntas<sup>18</sup> eu encaminhava um áudio explicando um pouco sobre a pesquisa e solicitando deles a resposta por meio de áudio ou texto escrito. Pedia também que, se possível, desenvolvessem as respostas a fim de que eu pudesse compreender de

---

<sup>17</sup> Sibilia (2016) discorre que o relato breve ou *Short Story* é descrito por Benjamin já em 1930 ao constatar o nascimento de uma nova forma literária. Para a autora, a moda das mensagens mínimas se impôs em 2006 com o lançamento do Twitter, uma plataforma de interação que propunha textos de 140 caracteres como máximo.

<sup>18</sup> O roteiro com as perguntas se encontra no apêndice da tese.

maneira mais detalhada a experiência daquela pessoa enquanto usuária da plataforma. Trabalhei com três estratégias de pesquisa: Interação com os perfis, análise de perfis e entrevistas. As respostas curtas de alguns usuários acabavam me impedindo de levar a cabo meu objetivo de me aprofundar nas questões e de compreender como cada uma dessas pessoas que eu interagi ou conversei utilizava aquela plataforma de interação.

Com o tempo, fui me rendendo ao campo e me dando conta de que as respostas objetivas fornecidas pelos usuários e a própria pressa em responder as diferentes demandas que ali apareciam (seja uma interação com outro usuário do interesse da pessoa, seja com um pesquisador) eram elementos que estruturavam aquelas relações. Só depois de muito tempo eu me dei conta na prática que eu teria que me adaptar àquela realidade para melhor compreendê-la, ou seja embora estivesse ali como pesquisador precisaria utilizar uma linguagem mais clara e enxuta para alcançar meus objetivos, assim como precisaria colocar uma foto de apresentação no meu perfil que chamasse atenção das pessoas e um texto publicitário como se eu tivesse me divulgando. Eu precisava me valer da forma de apresentação e comunicação que organizavam aquelas interações como passaporte de entrada no campo. Só ao fim do campo que aprendi que estar no campo é diferente de adentrar no campo. Durante boa parte da pesquisa eu só estive no campo. E isso foi um aprendizado metodológico importante para as minhas pesquisas. Adentrar no campo, para mim, foi quase como uma experiência de análise, pois é possível fazer análise toda semana sem nunca entrar em análise.

Interagir por meio de textos curtos, ser prático e objetivo, ir direto ao ponto, pedir “bom senso”, não perder tempo são expressões que se repetem nas descrições dos perfis dos usuários e que sinalizam o contexto em que essas interações estão mergulhadas, um período em que o capitalismo passou a lucrar não somente com a venda de mercadorias, mas a partir da apropriação de nossa subjetividade, agora convertida em mercadoria, pois como afirmou Illouz (2021, s-p) “a partir dos anos 70, o capitalismo entendeu que o mercado de bens materiais é limitado por definição —não se pode comprar cinco geladeiras ao mesmo tempo—, e que a única coisa que possibilita o consumo infinito é o corpo e as emoções.”

O controle do tempo, nessa versão do capitalismo contemporâneo, tem um valor central em uma sociedade onde a lógica do trabalho invade as outras esferas da vida. *Home office*, trabalho precário, aumento do custo de vida nas grandes cidades,

diminuição das políticas de bem-estar social, aumento da competitividade, crença de que somos os únicos responsáveis pelo nosso sucesso e nosso fracasso são algumas expressões da neoliberalização<sup>19</sup> da vida, que afeta diretamente a constituição da nossa subjetividade e a maneira como nos relacionarmos com o outro. A socióloga Eva Illouz cunhou de capitalismo afetivo o processo instaurado no século XX e caracterizado pela fusão progressiva dos repertórios do mercado com as linguagens do eu. Para ela, “na cultura do capitalismo afetivo, os afetos se tornaram entidades a ser avaliadas, discutidas, negociadas, quantificadas e mercantilizadas” (ILLOUZ, 2011, p. 154-155).

Durante muitos momentos de realização do campo me senti em crise com minha identidade de pesquisador no aplicativo. Por vezes, desejei os meus interlocutores e correspondi ao desejo deles por mim. Enfrentei o dilema ético de encerrar determinadas relações por medo de não saber conduzir mais a pesquisa. A identidade de pesquisador, supostamente seguro de si e a identidade do Mário estavam completamente entrelaçadas naquelas teias desejanter. Embora eu estivesse ali com a finalidade de fazer uma pesquisa acadêmica, o que me estimulava a permanecer naquele espaço era justamente a imagem de um Mário seduzido com a possibilidade de se expor e de falar de si mesmo. Como me ensinou Pelúcio (2019, p. 81):

[...] nós que pesquisamos no campo das sexualidades e dos afetos acabamos por nos deixar seduzir pelos convites para falarmos de nós mesmos. Nós que nos aproximamos protegidos pela aura da ciência, quase sempre vista como sisuda, mas confiável; que pedimos confissões a partir de perguntas que parecem não ameaçar ninguém, vamos nos imiscuindo na intimidade de nossos colaboradores/es querendo mais. Muitas vezes essa é a chave para se entrar e permanecer em campo.

À medida em que fui interagindo com os usuários, percebi que tipo de perfil mais os atraía. Quando perguntei ao “Jr” que tipo de perfil ele se sentia atraído, ele me respondeu dizendo que tinha preferência por homens com aparência e comportamento de homem e que não gostava de rapazes afeminados. Em conversa com “SigiloTOTAL”, ele me tomou como exemplo do tipo de cara que se sentia atraído

---

<sup>19</sup> O neoliberalismo é compreendido como sendo um tipo de racionalidade que organiza a gestão do capitalismo contemporâneo, atuando na produção de relações sociais e de subjetividades específicas. Segundo Dardot e Laval (2016, p. 17), “o neoliberalismo pode ser definido como o conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência.

e caracterizou esse perfil como correspondente aos perfis dos ursos<sup>20</sup>. Acrescentou dizendo que esse tipo atrai a ele e a oitenta por cento dos outros usuários do aplicativo. O usuário “bora brincar?” aponta a barba e os traços masculinos como elementos que o atraem e o “Uber ATV” quando questionado sobre suas preferências apontou meu perfil como sendo o tipo que lhe atrai. “Não curto afeminado/ nem gordinho/ não precisa ser sarado/ Mas um corpo legal”.

No decorrer das interações com os usuários do *Grindr* e no *Scruff*, percebi que a maioria deles utilizam os nudes<sup>21</sup> como estratégia de aproximação. O compartilhamento de nudes vem se tornando uma prática muito comum nas redes sociais digitais. Muitos usuários iniciaram o contato comigo enviando um nude. Como estratégia metodológica e como forma de me preservar, resolvi não responder a essas investidas pois essas pessoas, em sua grande maioria, estavam interessadas somente no pesquisador e não na pesquisa. Já, para aqueles que demonstraram interesse em contribuir com a pesquisa, “baixei a guarda”, mostrando-me aberto para me encontrar com essas pessoas presencialmente e até para participar de momentos importantes da vida delas, como a defesa de um TCC ou mesmo auxiliar em um processo de mudança de casa ou na entrega de um currículo na instituição em que eu trabalhava. A prática da pesquisa me despertou para o fato de que sendo esta uma relação social exige de nós pesquisadores uma abertura para o outro, uma predisposição para oferecermos também algo também de nós. Segundo Padilha (2019, p. 94), “a sociabilidade digitalmente mediada exige uma certa “reciprocidade entre os usuários”, ou seja, se alguém aspira se conectar e receber quaisquer tipos de informações de outros usuários, também é necessário revelar algo sobre si mesmo”.

Fui surpreendido com uma mensagem de um casal de homens que procurava um terceiro parceiro para uma curtição a 3. A mensagem dizia que eles não estavam interessados em perder tempo com pesquisa acadêmica. Segundo eles, a “academia” fodia a vida deles. No aplicativo, eles queriam, apenas, curtir. Deparei-me

---

<sup>20</sup> “Urso é uma subcultura da comunidade gay com eventos, códigos e identidade específica. Urso também é uma descrição de um tipo físico de homens.”. Para saber mais: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Urso\\_\(cultura\\_gay\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Urso_(cultura_gay)). Acesso em: 10 de março de 2023.

<sup>21</sup> Sibilia discorre sobre a emergência da prática do sexting, o envio de um tipo de selfie através das redes digitais, onde se retrata e se compartilha a própria nudez. Para a autora, essa prática se disseminou em função da facilidade de acesso às câmeras digitais e a sua incorporação nos *smathphones*. A atividade do sexting se popularizou através da expressão “manda nudes”. Para saber mais acerca dos antecedentes que culminaram na prática do sexting, ver Sibilia (2016).

também com outros usuários que se sentiam frustrados quando “descobriam” que meu interesse no app era estritamente profissional, chegando a jogar com as categorias que utilizava no meu perfil de apresentação: “Querida era ter uma experiência contigo.” “Faz pesquisa em mim”.

Interagi com um usuário que se dizia apaixonado por mim, baseando-se no que sentia quando lia o meu perfil. “Jr.” me pergunta por que as pessoas prometem e não cumprem, fazendo referência ao fato de eu ter prometido conversar com ele em outro horário e não ter cumprido, embora tenha justificado o motivo do adiamento de nossa conversa. Disse-me que compartilhou comigo “coisas pessoais demais” para ser ignorado, fazendo-me pensar tanto sobre minha dificuldade em lidar com a quantidade de demandas emocionais suscitadas pelas interações no aplicativo como no contexto de pressa e urgência daquelas interações. Nas redes sociais digitais, não responder de imediato uma mensagem pode ser interpretado como ausência ou perda de interesse. “Jr.” queria que eu respondesse às suas mensagens de imediato, assim como a maioria dos usuários, o que despertava em mim um profundo sentimento de ansiedade.

O sentimento de ansiedade advindo da grande quantidade de mensagens que eu recebia diariamente dos usuários que me cobravam retorno imediato, somado a sensação de conexão permanente me deixava completamente perturbado e invadia a dinâmica da minha vida pessoal, aproximando a minha experiência da vivenciada por Pelúcio (2019) em sua pesquisa em aplicativos de relacionamento heterossexual. Não sabia que tratamento e enfoque dar ao volume de mensagens que eu recebia diariamente. Somou-se a isso também o fato de eu estar utilizando na pesquisa meu celular de uso pessoal, o que criava uma confusão entre aquilo que era da ordem do pessoal com o profissional<sup>22</sup>. Era como se eu estivesse no campo e o campo estivesse em mim durante todas as horas e momentos do meu dia. O psicanalista Lucas Ludke afirma compara a experiência de navegar nas redes sociais “a uma fisionomia que lembra estrutura psicótica esquizofrênica” (LIEDKE, 2023, p. 114). Segundo ele, “os estímulos vêm sempre em quantidade excessiva, que se antecipam em crescente

---

<sup>22</sup> Poderia ter resolvido esse impasse utilizando um outro celular. Contudo, essa estratégia não me parecia interessante no sentido metodológico, pois eu acabaria perdendo muito da experiência ansiosa que as interações nas redes sociais digitais suscitam. Ter um outro celular me ajudaria a definir melhor a hora de entrar e sair do campo, mas com a incorporação das redes sociais digitais na dinâmica da nossa vida cotidiana me parecia mais produtivo, em termos metodológicos, me manter permanentemente conectado, embora essa exigência viesse acompanhada de alguns custos sociais e psíquicos.

aceleração, que se atropelam e nos atropelam ao competir por nossa atenção e engajamento”. (LIEDKE, 2023, p.114). Era assim como eu me sentia muitas vezes, ansioso, atropelado com a quantidade de interação para administrar como se eu tivesse em um jogo. Era também assim como alguns usuários se diziam estar cansados, mas ansiosos, impelidos a voltar ao aplicativo, voltar ao jogo, pois competir também é prazeroso. Nessa experiência de fruição vamos acumulando prazer. Ao recebermos as recompensas, vamos medindo o nosso valor e o valor do outro, mas também acumulando frustrações, perdendo autoestima e experimentando um sentimento de cansaço.

Iniciei a pesquisa empírica no ano de 2018. A paisagem dos aplicativos de busca de parceiros era diferente da que eu observo em 2023. Ainda era pouco comum a presença de pessoas trans e de casais com relacionamentos abertos que anunciavam explicitamente a busca por experiências com outros parceiros. Embora já existissem gays assumidamente afeminados, a sua presença era quase insignificante diante do público majoritário, composto, em sua maioria, por homens brancos, assumidamente discretos e performando virilidade como estratégia de construção de si e de possibilidade de interação com o outro. Essa constatação se baseia nas observações que fui fazendo ao longo do trabalho de campo. Contabilizei em torno de 200 perfis (100 no *Grindr* e 100 no *Scruff*) localizados geograficamente próximos ao meu<sup>23</sup> e pude constatar que a maioria dos usuários se autodescreviam através das seguintes categorias: foto, agora, discreto, sigilo, a fim agora, afim hj, foda agora. Contrariando essa lógica da pressa e do imediatismo encontrei perfis, como o de “no tempo 28” em que o mesmo se autodescrevia com o seguinte texto: “Papear, tomar um vinho, relaxar, curtir de leve” e “A fimCL 34” que se anunciava dizendo: “É sobre encontrar alguém que esteja na mesma vibe, sem forçar nada... Sempre vai haver aquele encaixe perfeito! as vezes demora... mas sempre há...” “Ciclista 29” era mais específico: “Observando- Gosto de pessoas educadas, que saibam conversar e de preferência dos 19 aos 36 anos. Acima disso, não tenho interesse. Fotos de Rosto! Não gosto de monossilábicos. Perguntas com “?” por favor. Cinema.” Embora tenha observado perfis que chamo de contra hegemônicos, em termos quantitativos a presença deles era pequena diante dos perfis que se anunciavam a partir de um uso hegemônico.

---

<sup>23</sup> Considerando que minha conta não era paga, esse era o raio de distância máximo disponibilizado pelos dois aplicativos.

Uma das dificuldades em se realizar uma pesquisa no contexto digital se dá em função da mudança constante na paisagem empírica da pesquisa. Novas informações são produzidas a todo momento, o que torna bastante exigente a coleta e análise de dados, pois essas mesmas informações podem rapidamente sumirem quando por exemplo um perfil desinstala sua conta em um aplicativo. Por isso, é preciso fazer *prints* das telas das conversas para não correr o risco de perder os dados. Soma-se a essas dificuldades, o fato das plataformas se modificarem com uma certa constância. Uma mudança no *design* da interface assim como o surgimento de novas funções nos *apps* interferem não somente nos usos das pessoas que os utilizam, mas também na observação do pesquisador. Sobre o papel que as infraestruturas realizam, Christine Hine (PARREIRAS; LINS, 2020, p. 28) afirma que é importante não tomar uma infraestrutura como dada, como se ela fosse uma paisagem neutra onde as interações se desenrolam. Ela segue afirmando:

[...] mesmo que a Internet pareça ter se tornado comum, então, pode ser importante examinar de perto o trabalho que estamos permitindo que os vários aplicativos da Internet em que confiamos façam para nós, e as decisões que estamos implicitamente permitindo que essas infraestruturas podem fazer por nós. (PARREIRAS; LINS, 2020, p. 28-29).

Essa paisagem dos apps de busca de parceiros também foi alterada com a pandemia, através do aumento da presença de profissionais liberais (como uber, massagista, fisioterapeuta, barbeiros, garotos de programa, dentre outros) que utilizavam seus perfis para oferecer serviços diversos. Esse aumento do número de serviços que o aplicativo passou a oferecer no contexto da pandemia me faz atentar para algo que ainda não tinha observado e que havia sido apontado em minha banca de qualificação pela professora Isadora Lins França: os apps de buscas de parceiros põem diferentes mercados em fricção, seja o mercado do lazer, do sexo, das drogas, como também os de serviços à primeira vista pouco usuais para aparecerem em um app de pegação, como por exemplo os de barbearia, fisioterapia e depilação, o que revelou para mim como os aplicativos de relacionamento podem ser espaços interessantes para pensar dinâmicas mais amplas da vida social contemporânea como o contexto de precarização do trabalho, as formas de empreendedorismo da subjetividade como estratégia de inserção em um mercado cada vez mais competitivo

e o lugar ocupado pela felicidade que na contemporaneidade se transformou em um imperativo social e uma expressão do sucesso individual. Em um contexto social mais amplo, marcado pela incerteza e pela insegurança o voltar-se para si mesmo e a busca pelo aprimoramento pessoal revelam-se saídas possíveis para o enfrentamento do cotidiano.

Para a socióloga Eva Illouz, essa crença na centralidade do eu tem consequências sociais graves na medida em que o superinvestimento de um eu autocentrado consiste no resultado de um desinvestimento e do esvaziamento dos “conteúdos comunitários e políticos do eu” (ILLOUZ, 2022, p. 103). Esse raciocínio torna a vida social uma arena de disputas desiguais, aumentando a solidão e culminando no enfraquecimento do tecido social. Assim, tais usuários assumem a postura de gestores de sua imagem, buscando sempre ângulos, performances e situações que seduzam olhares e orientem escolhas. A cultura do novo capitalismo tem dado lugar a uma nova cultura do amor, onde a liberdade se tornou o único fator regulador das interações sociais. Essa nova cultura centrada na capacidade de gestão do corpo e da imagem tem criado novas desigualdades sociais, separando os que conseguem tirar proveito dela daqueles que não possuem esse tipo de habilidade. O sexo tem criado não só novas desigualdades sociais (ILLOUZ, 2021), mas reproduzido o ambiente de incerteza e insegurança que tem marcado as relações no mundo do trabalho. O usuário “Leiam o Perfil! 40” confirma minha hipótese. Sua descrição diz o seguinte: *“Marido(atv) de aluguel: preencho os seus vazios que sua esposa não consegue e nem pode saber. (éPIXsim vlw). Sem loc./ sem transp. Se não curte, não prejudique, só passa pro próximo. Vlw.”* “Macho casado 52” diz em sua descrição: *“com o preço da gasolina priorizo quem está próximo.”*

Fiquei muito curioso ao ver um perfil de um jovem fisioterapeuta anunciando seus serviços no *Grindr*. “Massoterapeuta” é jovem, bonito, aparenta ter vinte e poucos anos e em sua foto do perfil aparece vestindo um jaleco com um bordado escrito do lado direito à altura do peito: fisioterapeuta. Enviei uma mensagem para ele perguntando sobre o valor da sessão. Confesso que estava curioso em saber se o “anúncio” era verdadeiro. “Massoterapeuta” era recém-formado e havia chegado há pouco tempo em Fortaleza. Ele morava em uma cidade do interior e havia se mudado com seu namorado para Fortaleza a afim de buscar novas oportunidades de emprego. “Massoterapeuta” namorava o rapaz há alguns anos e enquanto estávamos conversando pude ver as fotos dos dois em sua conta pessoal do *Instagram*.

Continuamos desenvolvendo a nossa conversa pelo *Whatsapp*. Falei brevemente da pesquisa, mas ele parecia apressado em fechar logo a sessão de massagem comigo. Me enviou um encarte digital com os valores dos serviços e o *link* de sua conta profissional no *Instagram*. Depois de conversarmos bastante e de eu ter tido acesso às redes sociais de “Massoterapeuta” (tanto o *Instagram* profissional como o pessoal) e termos desenvolvido o mínimo de confiança, fechamos o valor da sessão (eu fechei com ele a massagem simples no valor de 100 reais) e ele foi até o meu encontro. Eu estava na sala onde eu atendo profissionalmente como psicanalista. Já havia terminado meus atendimentos do dia e estava me preparando para voltar para casa quando começamos a conversar. A conversa me despertou tanta curiosidade que resolvi ficar mais um pouco na sala.

Quando ele chegou no prédio comercial onde eu atendo que fica em um bairro localizado em área reconhecida como nobre, da cidade de Fortaleza, abri a porta e o encontrei um pouco suado segurando uma maca na mão. Eu o convidei para entrar enquanto ele falava da dificuldade de chegar com a maca até o local. Ele havia ido de Uber moto e me disse que quase o motorista não aceita a viagem por ele está levando sua maca de trabalho e que por isso quase tinha caído da moto no meio do caminho. Me sensibilizei com o que estava escutando, convidei ele para sentar e lhe ofereci um pouco de água. “Massoterapeuta” se sentou no sofá onde meus pacientes se sentam e começamos a conversar.

No início, senti uma espécie de tensão. A situação parecia um pouco excitante para mim e penso que para ele também. Eu disse para ele que pagaria o valor da sessão previamente acordado, mas que não ia querer a massagem. Disse que preferia conversar com ele. E ele aceitou. Eu perguntei um pouco sobre ele e ele já foi justificando que estava utilizando o aplicativo para divulgar seus serviços profissionais, pois estava passando por muitas dificuldades financeiras desde sua chegada em Fortaleza. Ele disse que estava tentando trabalho, mas que estava muito difícil. “Massoterapeuta” é graduado com pós-graduação em sua área. Ele me disse que para conseguir captar mais clientes havia criado um *Instagram* profissional para divulgar seus serviços e feito umas fotos profissionais, mas que não tinha tido sucesso. “Massoterapeuta” parecia um rapaz esforçado e trabalhador.

Em um dado momento da conversa, ele começou a chorar dizendo como estava difícil conseguir trabalho. Seu relato me pareceu muito honesto. Segundo ele, seu namorado o permitiu utilizar o aplicativo apenas para fins profissionais, tanto que

muitas vezes era ele quem agendava as sessões com os pacientes. “Massoterapeuta” compartilha comigo a dificuldade de se estabelecer profissionalmente mesmo com uma pós-graduação e disse que não gostaria de estar na situação em que se encontrava. Depois de escutá-lo, eu disse que tentaria ajudá-lo de alguma maneira, que tinha amigos fisioterapeutas que encaminharia o currículo dele e divulgaria seu perfil profissional em minhas redes sociais. Nosso contato foi breve, mas intenso.

Depois de algum tempo conversando com “Massoterapeuta”, nos despedimos com um abraço caloroso. Havia no ar um misto de empatia e tesão. Aquela conversa me ensinou sobre a força das estruturas sociais e as saídas possíveis que os indivíduos encontram para driblar o peso que elas impõem as nossas existências. Em tempos em que o trabalho ocupa uma parte significativa da vida das pessoas, as fronteiras da vida social se tornam mais porosas, imiscuindo e confundindo trabalho e vida pessoal. Em uma sociedade onde todos se tornam empreendedores, a busca por sobrevivência depende de a capacidade dos indivíduos acionarem um conjunto de competências individuais que garantam sua inserção e manutenção no mercado.

Edgar Cabanas e Eva Illouz descrevem essas transformações no mundo do trabalho a partir do desaparecimento da noção de carreira e da transformação do trabalho como um projeto pessoal.

No contexto da esfera industrial do capitalismo do pós-guerra, o caminho postulado que ia da segurança econômica para a realização individual estava explícito na noção de “carreira”, um itinerário de prazo longo que envolvia a promessa de um salário constante e de oportunidades de ascensão profissional, mas também a garantia de que, com o tempo, os trabalhadores valorosos e eficientes seriam contratados de forma permanente. O neoliberalismo instaurou um cenário econômico altamente fluido, arriscado, desregulamentado, individualizado e centrado no consumo, no âmbito do qual emergiu um novo regime de “capitalismo flexível”, como Sennett o chama, ou um “novo espírito do capitalismo”, como dizem Boltanski e Chiapello. Esse novo regime acarretou uma nova ética do trabalho, fruto de uma mudança constante na natureza da organização e da dissolução progressiva, ao longo das últimas décadas, das ideias de segurança e estabilidade no trabalho. Assim, o contrato estabelecido entre empregados e empregadores desapareceu e as antigas expectativas dominantes da força de trabalho deixaram de ser compatíveis com a vida econômica e corporativa. (CABANAS; ILLOUZ, 2022, p. 139-140).

Esse contexto mais amplo de transformações do sistema capitalista e de mudanças no mundo do trabalho coincide com as inflexões nas dinâmicas afetivas. O surgimento e a disseminação dos aplicativos de busca de parceiros não só refletem

essas mudanças, mas nos ajudam a pensar em que contexto elas se situam, levando-me a formular algumas perguntas: 1) de que maneira as mudanças vivenciadas na esfera macroestrutural impactam na constituição de vínculos afetivos e sexuais entre homens?; 2) de que modo a disseminação de uma lógica empreendedora centrada no eu produz mudanças na autopercepção dos usuários e produz mudanças em suas formas de relacionar?; 3) de que forma os acordos frágeis e difusos que caracterizam o mundo do trabalho precarizado tem a ver com as novas formas de contrato decorrentes das novas configurações afetivas? Essa tese se propõe a responder essas questões.

De 2018 a 2021, entrei e saí várias vezes do campo, seja porque, como homem gay, era particularmente difícil não ser seduzido pela dinâmica dos flertes, seja por experimentar com o passar do tempo um sentimento de exaustão com relação à dinâmica das interações, experiência que compartilho com Santos (2020) e Pelúcio (2017) no contexto de suas pesquisas em aplicativos de busca direcionados ao público heterossexual. Para Pelúcio (2017), no contexto de sua pesquisa realizada em aplicativos de encontro, a interação em níveis emocionais intensos é uma consequência inescapável da imersão em contextos digitais de paquera, exigindo do pesquisador uma postura menos acadêmica e mais pessoal a fim de criar pontos de aproximação.

Ao ter esse contexto como campo de pesquisa, somos pesquisadores e pessoas (desejáveis e desejosas) dentro dele. Quando damos match num aplicativo de encontros, avaliamos e passamos pela avaliação do outro que, de certo modo, tem (e constrói ou desconstrói no contato) expectativas e curiosidades múltiplas ao nosso respeito, muitas delas relacionadas ao foro íntimo (SANTOS, 2020, p. 14-15).

A condição inicial para desenvolver uma pesquisa em aplicativos de relacionamento é que o pesquisador se transforme em um perfil. É necessário se expor, escolher uma foto e se autodescrever para participar daquela rede de relações. Chistine Hine (PARREIRAS; LINS, 2020, p. 4) afirma que o trabalho etnográfico exige do etnógrafo uma postura de associação próxima diante daqueles que decidiu conviver por um período determinado. A autora pontua a importância do engajamento particular do etnógrafo com o cenário pesquisado a fim de não produzir um relato objetivo apartado das especificidades sinalizadas pelo campo. Segundo ela,

um etnógrafo, mesmo na era da Internet, continua a desenvolver uma forma distinta de conhecimento através do estar, fazer, aprender e praticar e por uma associação próxima com aqueles que fazem o mesmo no decorrer de suas vidas cotidianas. Em um mundo repleto de mídias, a associação próxima pode vir a significar proximidade por meio de interações mediadas. (PARREIRAS; LINS, 2020, p. 4).

Santos (2021, p. 15), em sua pesquisa realizada no *Tinder*, afirma que “intimidade (ou a tentativa de estabelecê-la) e sedução são linguagens faladas nos contatos iniciados nos aplicativos”. Como Santos eu não fiquei imune a erótica dos aplicativos. Me tornei íntimo de alguns colaboradores. Tive que muitas vezes me aproximar deles falando sobre minha vida pessoal, meu desejo e minha relação ambivalente com aquele espaço. Com outros, quando a conversa fluía, eu optei por me encontrar pessoalmente para conhecê-los melhor. O ritual não era diferente de um encontro convencional: começávamos a conversar pelo aplicativo, depois se a conversa fluísse íamos para o *Whatsapp* até se concretizar ou não no encontro presencial. O momento que antecedia ao encontro presencial, era marcado por uma certa erótica, uma espécie de tensão libidinal presente na conversa sobre intimidade, nos nudes que eu recebia a qualquer momento do dia e que me mobilizavam, na vontade de às vezes ultrapassar esse lugar do pesquisador. Assim como Santos, eu também fui “enfeitiçado” por esses contatos, fui “afetado” por eles, seja por iniciativa própria de querer ser afetado, seja por eu também estar sujeito as regras do próprio campo, inclusive em suas possibilidades relacionais de afeto e afetação.

Esses aspectos, de reforço da intimidade e dos laços entre pesquisadores e sujeitos de pesquisa, são intensificados com a rede por meio do contato constante, além de atravessarem o cotidiano da hora em que se acorda até o momento em que se vai dormir. Não se trata, como na pesquisa face-a-face, de uma imersão no campo por determinado período de tempo e pela posterior saída deste espaço com vistas a cumprir a análise dos dados. O rearranjo das barreiras geográficas faz com que o campo, a pesquisadora e pesquisador estejam conectados com os interlocutores da pesquisa (FACCIOLI; PADILHA, 2019, p. 25).

No contexto dos primeiros estudos sobre a internet, a internet era percebida como um domínio separado da vida social, o ciberespaço, “separado dos modos predominantes de governança e potencialmente livre de estruturas e desigualdades duradouras experienciadas nos cenários da “vida real” (PARREIRAS; LINS, 2020, p. 16). Com o passar dos anos, a internet foi assumindo outras configurações, tornando-

se um fenômeno cultural multimodal, utilizado para constituir vínculos afetivos e de amizade, como para conduzir a política, os negócios e o lazer (PARREIRAS; LINS, 2020).

Sociólogos como Noortje Marres (2017) tem argumentado que, atualmente, o digital constitui um fato social total, já que, de modo semelhante ao que ocorreu com a temática do meio ambiente, passou a afetar diferentes setores da organização social tornando-se relevante para diversos domínios da vida contemporânea. Desse modo, o digital aponta para um conjunto de transformações sociais que exigem mudanças no modo como entendemos e investigamos a vida em sociedade (FACCIOLI; PADILHA, 2019, p. 8).

Nas pesquisas que desenvolvi em contextos presenciais de sociabilidade gay (VASCONCELOS, 2013; VASCONCELOS, 2017), tinha a impressão de que o fato de eu estar pisando em um local físico, observando *in loco* a dinâmica das interações, as informações obtidas no campo eram mais seguras. Para Hine (PARREIRAS; LINS, 2020, p. 4):

[...] temos que nos afastar de pensar o “estar lá”, que caracteriza a etnografia, como algo que requer uma forma localizada de presença (BEAULIEU 2010), de modo a focalizar mais claramente os aspectos experimentais da metodologia, em que a “experiência” pode ser desenvolvida de múltiplas maneiras, incluindo, dentro de suas atribuições, várias formas mediadas de experiência.

Ao longo da pesquisa, essa postura foi sendo desconstruída, evidenciando a existência de um *continuum* entre o *online* e *off-line*. O digital e o face a face não supõem duas realidades distintas e estanques, como algumas pesquisas já têm apontado (PELÚCIO, 2019; MISKOLCI, 2017; PADILHA, 2019; LINS, PARREIRA, FREITAS, 2020; MILLER, SLATER, 2004; SILVA, 2019).

A relação do corpo a corpo com os nossos informantes que caracterizam a paisagem das interações presenciais não implica em uma atuação plena dos sentidos como podíamos inicialmente supor. E disso Goffman (1985) já nos ensinou ao discorrer sobre a fachada que mobilizamos em nossas interações sociais e que nos serve como uma espécie de apoio por onde nossas interações se desenvolvem. A fachada, assim, é composta pelo equipamento expressivo dos indivíduos, constituída pelo cenário e pela fachada pessoal. O cenário como sendo uma espécie de pano de fundo em que o processo interacional face a face se desenrola e a fachada pessoal como os meios expressivos nos quais os códigos são operacionalizados pela

subjetividade e pelo seu entorno. Apropriando-se de uma abordagem dramatúrgica para compreender os quadros da vida social, o autor analisa como o comportamento dos sujeitos em interações face-a-face é fruto de uma sofisticada fabricação de técnicas corporais, gestuais, regras de etiqueta que transformam a vida social em um grande palco de encenações. Para ele, a orquestração dos gestos encenados pelos atores em copresença sustenta uma autoimagem que é elaborada nesses encontros segundo as exigências normativas de uma situação. Logo, nunca nos apresentamos ao outro de maneira plena, despidos de nossas fachadas sociais.

A interação social, tanto em contextos presenciais como digitais, implica na maneira como negociamos essa fachada e muda de acordo com o contexto em que estamos inseridos. Christine Hine (PARREIRA; LINS, 2020, p. 26) afirma que a internet se tornou um lugar onde expressamos um self corporificado que se expressa por meio da comunicação audiovisual e de uma “gama ainda mais ampla de performances de uma realidade corporal.” Como afirma Hine, a internet é uma tecnologia corporificada, o que significa dizer que utilizamos ela com o nosso corpo. Para ela, “os corpos que usam a Internet são corpos situados socialmente, e vários aspectos do posicionamento social e das circunstâncias materiais moldam a experiência da Internet.” (PARREIRA, LINS, 2020, p. 26). Esse self corporificado se modifica a partir de sua inserção em contextos sociais diversos. Considerando a materialização do corpo, Gadelha (2015) diferencia as interações online e a paquera off-line.

As interações online se diferenciam bastante das formas de paquera off-line, na qual não é possível estar em interação com vários parceiros concomitantemente na mesma intensidade de paquera. Em um bar ou em uma boate, por exemplo, pode-se estar conversando com um e olhando outro, mas como se dispõe apenas de um corpo para interagir (voz, olhar, gestos), a pessoa apenas domina um repertório bastante restrito em comparação com o que uma página de encontros proporciona (GADELHA, 2015, p. 64).

Pelúcio (2019) apresenta três características presentes em sua etnografia e que caracterizam a experiência de campo em contextos digitais. A disponibilidade perpétua. A atitude de disponibilidade perpétua produzida no contexto digital torna o ambiente da pesquisa muito exaustivo. O fato de estarmos sempre *online* produz uma certa ansiedade e impaciência por respostas imediatas e objetivas. O fato de eu estar me anunciando como pesquisador nos aplicativos tornava essa exigência mais

explícita. Algumas pessoas me cobravam se eu não as respondesse de imediato, me enviando mensagens com um tom, por vezes, agressivo. Com o tempo, fui sabendo administrar melhor essas interações sem culpa. Reservei o turno da manhã para responder as mensagens e interagir com os usuários. Isso se deu depois de um período de imersão nos aplicativos, onde assumi essa postura de disponibilidade perpétua, respondendo todas as interações de forma imediata, o que potencializou minhas crises de ansiedade, exigindo-me a fazer escolhas que considerassem as minhas limitações pessoais no percurso da pesquisa.

Soma-se a essa primeira dificuldade, uma segunda que é o acúmulo de dados. A quantidade de dados produzidos no contexto digital confere a pesquisa um caráter bastante absorvente. A atitude comum de cansaço do campo desenvolvida ao longo de uma pesquisa, sobretudo quando se está há muito tempo pesquisando no mesmo campo é intensificada diante da quantidade de dados para analisar e da angústia que isso produz no pesquisador. Em muitos momentos da pesquisa, eu experimentei esse cansaço produzido em função do excesso (de informações e de interações), o que me fez abandonar o campo algumas vezes.

A sincronicidade que tornava as interações ansiosas e impacientes, exigindo do pesquisador não só uma organização dos dados produzidos durante as interações, mas também controle emocional. O fato de eu ter utilizado o meu *smartphone* pessoal para realizar a pesquisa parecia tornar essa tarefa mais exigente, pois mesmo que eu não estivesse fazendo campo eu me sentia impelido a olhar constantemente o *app* para consultar alguma possível notificação ou, simplesmente, para fazer observações mais livres dos perfis dos usuários. Essa relação com o campo nos leva a inferir como afirma Santos (2020, p. 12) que “não mais entramos on-line esporadicamente; nós vivemos on-line, fragmentamos ao longo do nosso dia inúmeras interações instantâneas com/nas diversas interfaces digitais.”

### **1.3 Estrutura da tese**

A tese encontra-se dividida em quatro capítulos. O segundo intitulado CAPITALISMO, MERCADO E APLICATIVOS contextualizo o pano de fundo no qual o empreendedorismo emocional acionado pelos usuários dos aplicativos de busca de parceiros se desenvolve. Parto da hipótese de que o empreendedorismo se transforma em um modo de subjetivação dominante no tempo presente como

resultado de inflexões no modo de produção capitalista e com a emergência de uma sociedade plataformizada. Meu interesse com este capítulo é apresentar como as mudanças no sistema capitalista foram se dando simultaneamente às transformações no mundo do trabalho, da sexualidade e dos afetos. Procuo compreender como a emergência de um novo capitalismo tem acarretado mudanças no campo do desejo e da sexualidade dos indivíduos contemporâneos, precisamente nas formas como homens se empreendem e relacionam-se entre si em aplicativos de busca de parceiros. O capítulo encontra-se dividido em 4 subseções: Na primeira subseção “A Cultura do Novo Capitalismo e emergência da sociedade das capacitações” realizo uma análise do conteúdo textual disponível do perfil do usuário A fim? Lê aí com o objetivo de compreender as características da subjetividade resultante dessas mudanças no sistema capitalista. Já em “Plataformização da sociedade: do agir ao passar os dedos”, discuto os efeitos da plataformização da sociedade nas buscas mediadas por aplicativos de pegação. Procuo pensar a relação do processo de digitalização com as mudanças no modo de produção capitalista e com o atual contexto do mundo do trabalho, marcado por uma crescente flexibilização dos vínculos trabalhistas e por diferentes formas de precarização. Na seção “O surgimento do indivíduo empresa” a partir do relato do usuário Leonardo abordo em que medida o encontro dos afetos com o mercado vem implicando em mudanças nas formas das pessoas se relacionarem entre si e na produção de um novo tipo de subjetividade.

No terceiro capítulo, intitulado DO GUETO ÀS REDES: MUDANÇAS E PERMANÊNCIAS NA EXPRESSÃO DO DESEJO HOMOSSEXUAL realizo uma genealogia das dinâmicas do sexo impessoal entre homens e a maneira como ele foi se atualizando com o passar dos anos, com foco na análise dos aplicativos comerciais de busca sexual, campo empírico desta tese. Este capítulo encontra-se dividido em quatro seções: Na primeira intitulada “Da histórica marginalização à privatização do desejo homossexual” apresento como mudanças no contexto social foram produzindo inflexões na expressão do desejo homossexual e na visibilização de homens gays. Na segunda seção “Instalando o aplicativo: a interface do *Grindr*” apresento uma visão geral do funcionamento da plataforma e suas funcionalidades. Na terceira seção “Navegando no aplicativo: rituais de interação” apresento as dinâmicas de algumas interações acionadas pelos usuários. Elejo três categorias de análise que me ajudaram a pensar algumas formas de uso dos aplicativos de busca de parceiros: a relação com o tempo, a discrição e o imperativo da transparência presente nas

expressões “Manda foto” / “Manda nudes” / “sem foto, sem papo”. Na quarta seção “Os aplicativos como artefatos culturais pedagógicos” analiso como os aplicativos de busca de parceiros instituem pedagogias culturais e afetivas pautadas em modelos disseminados pela indústria em uma era digital, mas também por uma nova versão plataformizada do capitalismo.

No capítulo quatro “CASES DE SUCESSO”: MODOS DE EMPREENDER A MASCULINIDADE, A SEXUALIDADE E OS AFETOS NOS APLICATIVOS DE BUSCA DE PARCEIROS analiso, a partir do relato de três usuários do Grindr, diferentes formas de empreender-se nos aplicativos de busca de parceiros. Os relatos dos usuários Márcio, Lucas e Rodrigo explicitam o que há de subjacente nas diferentes formas de empreender-se nos aplicativos de busca. Neste capítulo procuro trabalhar a noção do empreendedorismo de si como uma chave analítica para pensar as experiências desses usuários nessas plataformas e de como a construção de seus perfis e os usos que eles fazem desses espaços revelam a maneira como eles gerenciam sua masculinidade, sua sexualidade, seu tempo, seus investimentos e seus afetos.

## 2 APLICATIVOS, CAPITALISMO E MERCADO

Tratava-se de passar do social ao psíquico e levar os sujeitos a não se verem mais como portadores e mobilizadores de conflitos estruturais, mas como operadores de performances, otimizadores de marcadores não problematizados. (SAFATLE, 2021, p. 25).

Neste capítulo, abordo a relação entre a dinâmica dos aplicativos e a emergência do “novo capitalismo” (SENNETT, 2018), tomando como pano de fundo o processo de reestruturação produtiva<sup>24</sup>, iniciado na segunda metade do século XX, que instituiu uma nova lógica na ordem mundial pautada no rearranjo do modelo produtivo.

Procuro compreender como a emergência de um novo capitalismo tem acarretado mudanças no campo do desejo e da sexualidade dos indivíduos contemporâneos, precisamente nas formas como homens se empreendem e relacionam-se entre si em aplicativos de busca de parceiros.

Parto da hipótese de que esses aplicativos operam replicando uma lógica proveniente tanto das mudanças empreendidas nos processos de acumulação do capital bem como daquelas resultantes do desenvolvimento intensivo das tecnologias da informação e da comunicação.

A emergência do que Miskolci (2014) nomeia de uma “nova economia do desejo<sup>25</sup>” consiste no entrecruzamento da produção subjetiva do desejo e as dinâmicas contemporâneas do mercado. Esse processo encontra suas raízes na redefinição do padrão de acumulação capitalista, aliado ao desenvolvimento das tecnologias da comunicação e da informação. Tal economia do desejo acompanha processos de desburocratização do trabalho e da economia e do surgimento de um modelo de individualidade que é capaz, por si só, de conseguir êxito em todos os domínios da vida.

---

<sup>24</sup> É importante salientar que a reestruturação produtiva emerge na segunda metade do século XX, no bojo da crise do fordismo-taylorismo, avançando no modelo produtivo chamado toyotista. Tal reestruturação vai sendo subordinada aos processos de acumulação financeira, que se torna dominante.

<sup>25</sup> “De forma geral, a nova economia do desejo emergiu em meio às transformações econômicas associadas às relações entre sociabilidade e tecnologia comunicacional. Nessa nova economia, ao mesmo tempo que há maior individualização da busca amorosa e sexual, em especial para homossexuais e mulheres heterossexuais, passam a preponderar critérios de escolha mais racionalizados. Além dessa racionalização da seleção, há um último elemento a se destacar no uso dessas mídias: elas parecem permitir maior modulação do grau de envolvimento entre os parceiros” (MISKOLCI, 2014, p. 293).

Esse novo arranjo do capitalismo, somado a mudanças no campo das tecnologias da informação e da comunicação, vem produzindo relações sociais autocentradas que operam a partir da livre concorrência dos indivíduos entre si. Não quero afirmar com isso que os aplicativos de relacionamento introduziram no campo afetivo e sexual a lógica do interesse, como se as relações que existiam anteriores ao surgimento desses dispositivos estivessem livres do campo do interesse. O que estou querendo afirmar é que essas mídias e o contexto social do neoliberalismo em que elas se disseminam transformaram profundamente o roteiro da paquera intensificando processos racionalização que orientam interesses e escolhas. Somam-se a essas mudanças a introdução da geolocalização nesses dispositivos de paquera que modificou os usos que as pessoas fazem das cidades, intensificando a formação de redes relacionais bastante seletiva. Embora enxergue os usuários dessas plataformas como coprodutores das dinâmicas investigadas, verifiquei que há um peso muito significativo dos valores e narrativas que estruturam o capitalismo em sua versão neoliberal na maneira de empreender-se a si mesmo e nas formas de se relacionar com o outro, o que acaba tornando a capacidade de reinvenção por parte dos usuários do roteiro prévio criado pelo dispositivo muito limitada.

Esse capítulo visa contextualizar o pano de fundo no qual as interações investigadas se desenvolvem. Meu interesse com ele é apresentar como as mudanças no sistema capitalista foram se dando simultaneamente às transformações no mundo do trabalho, da sexualidade e dos afetos. Não procuro com isso afirmar que o capitalismo quem produz sozinho mudanças nas outras esferas da sociedade, mas compreender como essas inflexões do sistema capitalista nos ajudam a pensar processos subjetivos e relações sociais partindo de um enquadramento em que essas relações se desenvolvem. Parto do pressuposto de que se as estruturas sociais são sólidas e que são difíceis de serem desmontadas é porque pensar em estruturas sociais é discutir relações de poder e privilégios que beneficiam grupos humanos em detrimento de outros. Estamos começando a mexer agora nessas estruturas, mas o que o campo me sinalizou é que processos de dominação e exclusão se mantêm nos roteiros contemporâneos da paquera entre homens.

O capítulo encontra-se dividido em 3 subseções: 2.1) A Cultura do Novo Capitalismo e emergência da sociedade das capacitações; 2.2) Plataformização da sociedade: do agir ao passar os dedos e 2.3) O surgimento do indivíduo empresa. Os autores que me ajudarão a pensar essa nova configuração do capitalismo e as

mudanças sociais dele resultantes serão Antunes (2020), Bauman (2008), Illouz (2011), Pelúcio (2019), Preciado (2018), Sennett (2018) e Sibilía (2016).

## **2.1 A cultura do novo capitalismo e emergência da sociedade das capacitações**

No livro “A cultura do Novo Capitalismo”, o sociólogo Richard Sennett empreende uma análise fecunda sobre o capitalismo social de nossa época. Fruto das Conferências Castle, ciclo de palestras realizadas na Universidade de Yale no ano de 2004, a obra é composta por uma introdução, seguida de quatro capítulos onde o autor analisa o percurso que culmina na substituição de um modelo capitalista marcado pela rigidez burocrática para uma nova ordem social chamada pelo autor de “sociedade da capacitação”.

O que ele chama de “sociedade da capacitação” configura-se como resultado de um processo de desmantelamento das instituições sociais que, por sua vez, conferiu uma maior autonomia aos indivíduos. Duas questões-chave guiam sua argumentação: 1) Quais os valores e práticas capazes de manter as pessoas unidas no momento em que as instituições em que vivem se fragmentam? e 2) Como desenvolver novas capacitações à medida que vão mudando as exigências da realidade?

Sennett enumera três novos fatores que influenciaram na substituição do capitalismo de tipo social, marcado pela burocratização das instituições para o que ele chama de novo capitalismo, caracterizado pela flexibilização das relações produtivas. Primeiro, ele aponta como consequência dessa transição a mudança do poder gerencial das antigas empresas que compunham o modelo piramidal para outro do tipo acionário, o que conferiu uma maior fluidez na circulação do capital. Com essa transformação, o dinheiro passou a movimentar-se com mais facilidade em todo planeta.

O segundo fator que ele sinaliza como decisivo no surgimento de uma nova cultura do capitalismo situa-se no caráter dos investimentos que passaram a adotar o modelo do curto prazo em substituição ao de longo prazo. Essa conversão se deu em função da demanda por resultados cada vez mais imediatos como uma resposta ao imperativo da lógica *just in time* (tempo justo) inaugurado por esse novo regime de produção.

O terceiro elemento que criou as bases para o florescimento do novo capitalismo está relacionado ao desenvolvimento das novas tecnologias da informação e da comunicação que tornaram a comunicação mais imediata, “diminuindo a mediação e a interpretação de ordens e normas transmitidas verbalmente para baixo na cadeira de comando” (SENNET, 2018, p. 45). O efeito da entrada das novas tecnologias na dinâmica dos processos produtivos se deu através da automação, garantindo maior celeridade aos curtos prazos demandados pelo novo sistema e tornando dispensáveis uma grande massa de trabalhadores. Essas três causas apresentadas pelo autor são responsáveis pelo surgimento de uma “nova arquitetura institucional” que conferiu as bases do novo capitalismo.

É interessante pensar como o elemento da comunicação imediata aparece nas interações entre os usuários dos aplicativos de busca de parceiros. A partir do estabelecimento de contato com alguns usuários, identifiquei que uma grande parte das interações eram movidas pela pressa e pela impaciência com a construção do contato antes da decisão do encontro. Os discursos que sinalizam para algum tipo de apego ou desejo de permanência tendem a ser rejeitados, o que vem expresso em frases curtas e diretas. O perfil deletando, por exemplo, escreve o seguinte no campo “Meus interesses”<sup>26</sup>: “Pessoas desenroladas sem muitas perguntas e enrolação gosto de ir direto ao ponto sem romance pq romance só na netflix.”

O imediatismo, “sem enrolação”, sugere que o usuário busca sexo rápido, sem envolvimento emocional. Um tipo de exigência que o coloca no lugar de quem tem o poder da escolha, como um homem heterossexual<sup>27</sup>, que associa o “romance” ao feminino e o sexo objetivo, prazeroso e sem desdobramentos emocionais, ao masculino. “Deletando” coloca a objetividade como elemento virilizador (“ir direto ao ponto”), pois “saber o que quer” e não ser “complicado”, são atributos virilizantes, e que otimizam o tempo dos encontros.

O tempo comprimido e otimizado, sintetizado na apresentação dos interesses desses usuários fala menos deles mesmos e mais de uma economia libidinal estimulada no contexto da sociedade da capacitação, em alusão ao sistema

---

<sup>26</sup> O aplicativo organiza a apresentação dos perfis a partir de algumas entradas que tematizam e setorizam o cliente/usuário. “Meus interesses” é um desses campos, ali o usuário pode dizer o que procura.

<sup>27</sup> Desejar o romance, com toda sua “coreografia” de sedução que sugere o prolongamento do encontro sexual ou o adiamento deste para um momento em que a intimidade já esteja mais estabelecida, é algo que homens heterossexuais atribuem ao comportamento feminino (PELÚCIO, 2018).

de organização do mundo do trabalho em tempos de reestruturação produtiva do capital e do regime de acumulação flexível. Aliás, o próprio adjetivo “flexível” tem desdobramentos subjetivos que vale a pena explorarmos, e significados êmicos que também merecem ser considerados à luz dessa nova versão do capitalismo. Ter diferentes habilidades emocionais, dominar os recursos digitais (especialização), atender às demandas e expectativas do mercado afetivo a partir de respostas rápidas que levariam, supostamente, a encontros eficientes, posto que prazerosos. Não se dizer “passivo” nem “ativo”, mas flex (flexível) é atender as demandas desse regime de gestão emocional, regido pela compressão do tempo e multiplicação das competências.

“Sou versátil curto tudo. Não me pergunte o que está no perfil, é irritante responder a mesma coisa sempre. É possível que eu demore a responder.”, anuncia Ofglen. Sua flexibilidade não envolve, no entanto, a negociação do tempo do outro. O bom empreendedor emocional é objetivo, sintético e criativo.

Retomando os argumentos de Sennett. Embora esse modelo “flexível” seja adotado por um número pequeno de empresas e serviços que detêm o controle econômico mundial, ele passou a instituir uma nova lógica de funcionamento nos domínios da produção, circulação e consumo de dinheiro, mercadorias e relações entre as pessoas em escala global. Sennett compara o funcionamento dessa nova arquitetura ao de uma máquina de MP3.

A máquina de MP3 pode ser programada para tocar apenas algumas faixas de seu repertório; da mesma forma, a organização flexível pode selecionar e desempenhar a qualquer momento apenas algumas de suas muitas possíveis funções. Na corporação ao velho estilo, em contrapartida, a produção ocorre através de um conjunto preestabelecido de atos; os elos das cadeias são fixos. Num tocador de MP3, o que ouvimos pode ser programado em qualquer sequência. Numa organização flexível, a sequência de produção também pode ser alterada à vontade. (SENNETT, 2018, p. 49).

Essa nova forma de organização flexível da economia mundial também afeta o mundo do trabalho que passa a se estruturar a partir do desenvolvimento de tarefas específicas por parte dos trabalhadores e não mais através de funções predeterminadas, o que torna a força de trabalho facilmente substituível caso o trabalhador não esteja correspondendo a competência exigida pela execução de uma determinada tarefa. Esse cenário é chamado no espaço gerencial de

dessedimentação institucional, prática que confere livre poder ao gerente da empresa para alterar a qualquer momento e sob quaisquer justificativas a arquitetura institucional, substituindo ou mesmo demitindo trabalhadores a fim de “livrar-se de certas camadas na organização” (SENNETT, 2018, p. 50). Esse processo de eliminação de “desperdícios”, próprio do regime toyotista de produção, e também chamado por Sennett de “casualização da força de trabalho” se estende à própria estrutura interna da empresa, diminuindo a responsabilidade para com os seus empregados e favorecendo a adoção e o crescimento dos trabalhos temporários nessas empresas.

A exigência de mais iniciativa e capacidade empreendedora pessoal em relação aos trabalhadores culmina no desenvolvimento de uma atitude permanente de prontidão, configurada por um ambiente de estresse e ansiedade constante que atuam como elementos emocionais que movimentam a engrenagem da produção. Para o sociólogo Richard Sennett, a ansiedade é produzida por meio de condições ambíguas e pela existência de um cenário de indeterminação que se torna um elemento estrutural dessa nova lógica. Para ele, “a insegurança está programada no novo modelo institucional” (SENNETT, 2018, p. 172). Esse tipo de “existência vivida sob estados de emergência” (BAUMAN, 2008) reserva um estatuto privilegiado à ação, ou melhor dizendo, a uma sequência de ações infinitas como sendo uma espécie de antídoto para angústia, como um drible no eu. A atividade permanente, nesse sentido, confere segurança ao indivíduo, tornando-se o único meio para fugir do vazio e da angústia.

Muitos usuários compartilharam comigo sobre um sentimento de solidão que os usos intensificados dessas plataformas produziam neles. A constante incitação, a busca permanente, a pressa em responder as mensagens, a objetividade das interações (direto ao ponto) pareciam se transformar em fonte de angústia não por serem problemáticas em si mesmas, mas por deixar pouco ou quase nenhum espaço para o desenvolvimento de vínculos com mais intimidade.

Um outro efeito da atual configuração do capitalismo no mundo do trabalho trata-se da mudança no prestígio moral desempenhada pela noção de estabilidade que fazia parte do horizonte aspiracional das pessoas nas sociedades mais burocratizadas. Embora ainda seja comum a busca por um emprego estável, a oferta dessa modalidade de trabalho vem diminuindo com o passar dos anos em função de uma lógica institucional que se expressa no aumento do número de privatizações,

terceirizações e de empregos temporários e flexíveis, impedindo o planejamento a longo prazo e a possibilidade de construção de uma carreira. Isso aparece na descrição do perfil do Massoterapeuta.

Nessa nova organização, torna-se mais importante para os indivíduos obterem mobilidade social do que participar de uma estrutura social (SENNETT, 2018, p. 73). Contudo, os empregos flutuantes que sustentam os pilares dessa nova economia são considerados, a médio e longo prazo, não satisfatórios por trabalhadores que desenvolvem uma sensação de frustração perante as demandas exigidas por um cenário de indeterminação e de completo desamparo institucional. Como evidência dessa realidade, assistimos, no ano de 2020 no contexto de emergência da pandemia do novo corona vírus (covid-19), a greve nacional dos entregadores de aplicativos no Brasil reivindicando “melhores condições de trabalho, medidas de proteção contra os riscos de infecção e mais transparência na dinâmica de funcionamento dos serviços e nas formas de remuneração”.<sup>28</sup>

Tais mudanças institucionais foram viabilizadas a partir de uma modificação na noção de tempo. O tempo encurtado, inaugurado por esse novo regime, inviabilizou a atividade do planejamento que exige longo prazo, desorientando os indivíduos. Essa noção de tempo comprimido é chamada pelo filósofo Zigmunt Bauman de pontilhista, *“mercado tanto (se não mais) pela profusão de rupturas e descontinuidades, por intervalos que separam pontos sucessivos e rompem os vínculos entre eles, quanto pelo conteúdo específico desses pontos”* (BAUMAN, 2008, p. 46). Essa forma de organização e gestão do tempo viabilizou o surgimento de uma burocracia instável e de curto prazo e de uma individualidade peculiar. Segundo Sennett (2018, p. 178), esse tipo de individualidade é caracterizado a partir de três aspectos: 1) repúdio da dependência, 2) desenvolvimento das aptidões potenciais e 3) capacidade de transcender à possessividade. Uma individualidade “propensa à mudança, aberta às experiências, capaz de crescimento e cheia de potencialidades”. Uma subjetividade capaz de abrir mão e de desistir da posse de uma realidade estabelecida, configurando-se como elemento chave da autoimagem idealizada pela nova economia. Interessante observar como as características desse modelo de individualidade resultante da mudança na dinâmica dos processos produtivos aparece na descrição do perfil do usuário “A fim? Lê aí”.

---

<sup>28</sup> Disponível em: <https://exame.com/brasil/entregadores-fazem-greve-por-melhores-condicoes-de-trabalho-veja-fotos-e-videos/>. Acesso dia 24/08/2020.

“sou totalmente independente em todos os aspectos, então não há necessidade de demonstrar nenhum grau de dependência em qualquer nível que seja, tampouco vir com vitimização e aquela velha história de “se fazer de difícil”, isso só me irrita e conseqüentemente afasta, afinal não estou procurando alguém com ambivalência emocional, mas um ser humano com defeitos, porém, que conhece bem as limitações e que tem virilidade para assumir e reconhecê-las.” (Informações retiradas do perfil do usuário A fim? Lê aí!).

A fim? Lê aí! não admite nenhum tipo de “dependência” com relação ao outro bem como em atitudes que sinalizem certa “ambigüidade emocional” que o usuário exemplifica a partir do que ele chama de posturas de “vitimização” e a de “se fazer de difícil.” Advertências que o aproxima das exigências e queixas elencadas por homens heterossexuais entrevistados por Pelúcio (2019), em sua pesquisa sobre masculinidades, tecnologias e afetos, quando se referiam às mulheres. O “mimimi”, foi um termo muito acionado como sinônimo de vitimização. A onomatopeia infantiliza e desqualifica as questões colocadas por aqueles e aquelas que se sentem ameaçados/as pelas regulações de gênero e sexualidade. Lidos como caprichos, não como tentativas (nem sempre bem encaminhadas) de se estabelecer relações com mais parceria e simetria, os “mimimis” tendem a não provocar sérias reflexões acerca da relação e podem ser vistos como forma infantil de querer cercear o espaço do outro.

No que tange às formas de compromisso social assumidas por esse novo tipo de subjetividade, o autor revela que o envolvimento se configura como um elemento contraproducente. Esse traço de personalidade é profundamente masculinista e está presente na construção das masculinidades hegemônicas e, em particular, nas relações entre homens que, embora, ostentem publicamente uma identidade heterossexual e usufruam dos privilégios dela resultantes, se relacionam secretamente com outros homens. Essas relações costumam ser pautadas no não envolvimento e na adoção de uma postura de indiferença que funciona como estratégia de proteção e manutenção de suas identidades sociais.

A busca constante por desenvolver novas habilidades associadas a práticas de risco lança esses indivíduos para um futuro incerto, mas não por isso menos prazeroso. “A nova versão do talento não pressupõe conteúdo, mas sim a capacidade de aprender novas capacitações em vez se limitar a antigas competências. Habilidade de transitar de um tema a outro, de um problema a outro”

(SENNETT, 2018, p. 107-108). A capacidade de cortar laços e a adoção de uma postura de distanciamento a fim de assegurar a liberdade exime os indivíduos de suas responsabilidades perante o outro, funcionando como uma reprodução do cenário de desamparo a que são relegados com o advento da nova ordem institucional.

Na antiga ordem institucional predominava uma cultura de caráter artesanal, pautada no cultivo de uma atividade específica que se exercia através do esforço e da dedicação. Nesse tipo de sociedade, era necessário dominar determinado conhecimento a partir do aprofundamento. Na sociedade das capacitações, não sobra tempo para esse mergulho mais intenso. O nado se dá pela superfície, o que permite com que o indivíduo esteja sempre atento a primeira onda a fim de não perder nenhuma oportunidade de surfar. Colecionar diferentes habilidades torna-se um imperativo. Os consultores constituem um exemplo do novo perfil profissional que personifica essa nova lógica, onde espera-se deles “estratégias e conselhos objetivos, cumprindo na prática a dolorosa tarefa de reorganizar as atividades na periferia da organização - aposentadorias forçadas, eliminação de departamentos, novas obrigações para os empregados que sobrevivem” (SENNETT, 2018, p. 56). Outro modelo de profissional que segue essa conduta de colecionar diferentes habilidades de maneira superficial a fim de solucionar uma gama variada de problemas são os *coachs*.

Essa prática surge como um desdobramento da Psicologia Organizacional e se dissemina na década de 1950 nos EUA, transformando-se atualmente em uma profissão de sucesso. Amparada pelo discurso da positividade e da negação do passado do indivíduo, sobretudo o que porta uma dimensão traumática, o indivíduo é lançado no presente imediato a fim de se concentrar no aperfeiçoamento de seus esforços e potencialidades, funcionará como seu passaporte para o sucesso. Não só o passado do indivíduo é “ressignificado” através de uma sequência de rituais, mas também o próprio contexto social onde esse indivíduo encontra-se situado e que interfere em sua capacidade de agir. A negação da pobreza, da desigualdade, do racismo, do preconceito e das inseguranças sociais e psíquicas que essas realidades produzem na subjetividade das pessoas têm contribuído não só para um processo de desumanização do trabalho, mas também, no desenvolvimento de formas de adoecimento. Ainda no campo psíquico, verifica-se também como efeito desse novo modelo de gestão flexível, o surgimento de um tipo de sentimento chamado pela

psicanalista Margaret Mahler de “insegurança ontológica”<sup>29</sup>, onde mesmo sem haver nada para acontecer no horizonte do indivíduo, ele sente medo. Essa sensação que mantém o indivíduo em alerta como se à espera de um acontecimento iminente, é chamado também por Sennett (2018) de ansiedade flutuante.

Nessa nova ordem social, inaugurada pela cultura do novo capitalismo, o talento torna-se uma questão de cultura (SENNETT, 2018, p. 13), o quer dizer que a busca permanente pelo desenvolvimento de habilidades revela-se uma exigência contemporânea imposta aos indivíduos que, para se tornar viável necessita da existência de um tipo específico de caráter, como uma espécie de solo no qual possa brotar. A capacidade de ajustamento da personalidade dos indivíduos pressupõe a capacidade de descartar experiências passadas. A busca permanente pelo desenvolvimento de habilidades centrada numa lógica pautada no modelo de masculinidade dominante aparece na descrição do perfil “A fim? Lê aí” como exigência para ele interagir com outro usuário:

Primeiro de tudo um cara que seja HOMEM, em todas as formas de existir. Ser homem para mim, no meu subjetivo entendimento, significa masculinidade/virilidade, um cara que seja centrado na vida no sentido de saber o que quer, não ser um cara assumido pro mundo inteiro saber que ele gosta (também) de homens, e que saiba ter postura máscula em todo o seu modo de agir longe dos holofotes e da miserável vida do pega geral. E se não for pedir demais, que seja um cara que se cuide, físico e mentalmente, mas que desperte tesão em mim pelo papo, que me excite só pela conversa instigante e inteligente, falando sobre assuntos mais variados que envolvem a sociedade. Ps: tenho preferência por bissexuais, mas isso não é regra. Hoje entendo plenamente que é possível gostar de homem, sem deixar de ser homem. (Informações retiradas do perfil do usuário A fim? Lê aí!).

O “se cuidar” tem de ser monitorado com cautela, para que não se confunda com a vaidade atribuídas ao feminino, seja em mulheres, travestis ou homens femininos e daqueles que constroem uma estética que desafia as fronteiras bem

---

<sup>29</sup> “Giddens recorreu a este conceito tanto em sua teoria da estruturação como em sua sociologia histórica da modernidade tardia. Em sua ontologia da vida social (Giddens, 2003, p. 59-75), o anseio humano por segurança ontológica desponta como um dos fatores responsáveis pela tendência à rotinização das práticas societárias. Influenciada por visões radicalmente processuais do mundo social – tais como a etnometodologia de Harold Garfinkel –, a teoria da estruturação se viu diante da questão: se a ordem social não é um dado, mas um produto contínuo e contingente de práticas históricas, por que os agentes investem tanto, afinal, em sua manutenção? Sem reduzir a explicação da ordem societária aos anseios psíquicos do agente humano, Giddens (2003, p. 444) sublinhou que tais anseios são parte sine qua non da resposta à pergunta. Um dos motivos pelos quais os agentes humanos investem continuamente na constituição e reconstituição da ordem social é precisamente um anelo existencial por segurança ontológica, isto é, por uma experiência do mundo e de si como dotados de sentido, organização, inteligibilidade, previsibilidade, confiabilidade etc” (PETERS, 2020, p.165-166).

traçadas e muito vigiadas dos binários de gênero. “A fim lê aí”, se coloca como um atento vigilante das normas, chamando para si mesmo o capital moral para fazê-los, posto que é “maduro”, conhece “bem a si mesmo”, trabalha muito; não expõe o corpo; e pede que o seduzam pelo intelecto, afastando-se, a partir dessas qualidades autoatribuídas, de qualidade associadas, pelo senso comum, às feminilidades e à fraqueza moral.

A valorização, sensível nos aplicativos, de um tipo de corpo esgarçado, obtido através de uma sucessão de exercícios variados, mas repetitivos, praticados em ilhas específicas que visam trabalhar partes separadas do corpo como braços, pernas, glúteos, abdômen, instituem uma lógica metonímica no olhar e do desejo, que passa a operar em direção a determinadas partes do corpo, exemplificadas nos perfis do aplicativo, na exibição de imagens do peito, da barriga, das pernas, das nádegas, algumas dando ênfase aos órgãos genitais masculinos que aparecem cobertos por sungas, cuecas ou toalhas. Obter esse corpo desejável e bem cotado no mercado dos afetos online. “Tal processo também tem consequências subjetivas, já que a subjetividade está diretamente associada à materialidade do corpo.

Como afirma Richard Miskolci, “a história da criação de corpos e identidades sociais é também uma história dos modos de produção da subjetividade” (MISKOLCI, 2006, p. 682). Sugerimos que a própria lógica de produção desses corpos remonta a dinâmica produtiva do regime de acumulação flexível do capitalismo. Cada indivíduo pode estabelecer “livremente” suas metas. Medir, mensurar, gerenciar os movimentos de corpos multifuncionais que vão de estação em estação trabalhando, dentro de um tempo programado e de esforços regulados, partes específicas do corpo daquele que treina.

O corpo assim produzido é um corpo mais competitivo no mercado dos afetos. “Trata-se da formação de um sujeito que se autocontrola, autovigia e autogoverna. Uma característica fundamental dessa atividade é a autoperitagem. O eu que se perícia tem no corpo e no ato de se periciar a fonte básica de sua identidade”. (ORTEGA, 2002, p. 155). Nas palavras de dois gurus toyotistas: “O que não é medido não é gerenciado” (KAPLAN, NORTON, 2004).

## 2.2 Plataformização da sociedade: do agir ao passar os dedos

É característica a essa nova vida a “atrofia das mãos”. Os aparatos digitais fazem com que as mãos murchem. Eles significam, porém, uma libertação do fardo da matéria. O ser humano do futuro não precisará mais de mãos. Ele não precisará mais lidar com alguma coisa e trabalhá-la, pois ele não tem mais de lidar com coisas materiais, mas sim apenas com informações intangíveis. No lugar das mãos, entram os dedos. O novo ser humano passa os dedos, em vez de agir. Ele quererá apenas jogar e aproveitar (HAN, 2018, p. 62).

Era mais uma manhã em que eu abria o *Grindr* e deslizava meus dedos cansados sobre a tela do celular. A cada deslizar, peitorais, pernas e bundas preenchiam minha tela. Alguns rostos me lembravam de que não era só carne que tinha ali: havia pessoas. A possibilidade de visualizar a cada segundo aquele cardápio de corpos me deixava ansioso. Assim como o trabalhador uberizado está permanentemente disponível ao trabalho esperando ser acionado por algum passageiro, os usuários do *Grindr* também pareciam estar permanentemente disponíveis. A possibilidade de ser convocado a qualquer hora do dia, experiência possibilitada pela portabilidade, havia produzido uma subjetividade ansiosa. Conforme afirma Han (2015) se a sociedade disciplinar produziu loucos e doentes, a atual sociedade do desempenho tem produzido indivíduos depressivos. A nova versão do capitalismo neoliberal que confunde urgência com eficiência e que nos incita ao engajamento permanente vem se alimentando desse modelo de subjetividade que desconhece o descanso. Nesse contexto marcado pela lógica do desempenho ser eficiente se tornou sinônimo de responder as demandas na hora. Perfis de usuários do *Grindr* que se anunciam ressaltando esse aspecto da imediaticidade como “Pedalar agora”, “Curtir agora”, “Agora sigilo”, “bora bora local” sinalizam essas transformações experimentadas no campo das interações sexuais e afetivas em aplicativos de relacionamento.

O contexto de aceleração da sociedade contemporânea produziu mudanças nas formas de desejar e de amar. Com o desenvolvimento e a disseminação das tecnologias digitais somado a reestruturação do mercado capitalista foram dissolvidas as fronteiras que separavam espaço de trabalho e espaço de lazer, sexo e amor. Essas aproximações entre mundo do trabalho e dos afetos aparecem

na descrição de um usuário do Grindr que diz: “Fiquei sabendo que você tem um “sofá” e uma “cama” para vender! Se eu comprar o sofá à vista, você faz negócio comigo na cama? Hoje tô afim de negociar.” A gramática sexual e afetiva passou a se imiscuir com a linguagem do mundo do trabalho precarizado: “Vendo conteúdos”, “dou agrado”, “faço por agrado”, “não a loucos por pix”. Um usuário dizia o seguinte em sua descrição: “To aqui pra gravar e/ ou trampo. Seja objetivo para ninguém perder tempo.” Um outro usuário na faixa dos 50 anos sinalizava: “não é porque sou coroa que sou obrigado a pagar pra curtir.” O perfil Uber moto 22 advertia: “corrida se paga com dinheiro, gasolina tá cara. Geralmente to on de 17 Às 00hh, se quiser corrida só compensa se eu tiver próximo, ou então você paga o deslocamento pra eu ir até você.” Com os aplicativos, a paquera havia se transformado em uma atividade “sob demanda”.

A paquera *just in time* consiste na gestão do flerte a partir da demanda a fim de evitar custos e riscos de envolvimento. Um perfil que se autodescreve como musculoso, discreto e ativo sinaliza o seguinte: “Procuo semelhante”. Já um outro usuário anuncia em seu perfil: “Não tenho interesse no seu rosto, muito menos no seu corpo! Quero apenas gozar”. Para outro perfil Tap significa perda de tempo. Ele se anuncia da seguinte forma: “A fim de gravar ou Jobs/ Seja direto pra evitar perda de tempo.” Um perfil destoava dos demais e é revelador da lógica que organiza essas plataformas de busca de parceiros: “Por favor, não sejam cruéis. Não curtir é algo normal, mas rejeição é difícil. Tenham empatia.” O ambiente da paquera parecia tão árido quanto a vida dos entregadores de aplicativos.

Nesta seção, procuro discutir os efeitos da plataformização da sociedade nas buscas por parcerias em aplicativos de relacionamento direcionados a homens gays. Procuo pensar a relação do processo de digitalização com as mudanças no modo de produção capitalista e com o atual contexto do mundo do trabalho, marcado por uma crescente flexibilização dos vínculos trabalhistas e que tem criado um cenário de profunda insegurança. Esse conjunto de transformações macrossociais têm afetado diretamente a dinâmica da nossa vida sexual e afetiva produzindo um novo regime de gestão emocional e sexual ancorado em uma não sociabilidade. Para Eva Illouz,

o “Não-amor” é um sinal de uma nova forma de subjetividade onde a escolha é exercida tanto positivamente (querer, desejar algo) quanto negativamente (definir-se evitando ou rejeitando repetidamente as relações,

ser demasiado indeciso ou ambivalente para desejar, querer acumular tantas experiências que a escolha perde sua relevância emocional e cognitiva, terminando repetidamente as relações como se quisesse se afirmar e a própria autonomia). O não-amor é assim tanto uma forma de subjetividade - quem somos e como nos comportamos - como um processo social que reflete o profundo impacto do capitalismo nas relações sociais. Como os sociólogos Wolfgang Streeck e Jens Beckert argumentaram de forma convincente, o capitalismo transforma a ação social - e, pode-se acrescentar, os sentimentos sociais (ILLOUZ, 2021, p. 31-32).

O que a socióloga Eva Illouz analisa como sendo o não amor consiste em uma forma de subjetividade do presente como também um processo social que reflete a maneira como o capitalismo tem impactado na constituição das nossas relações com o outro. Nesse sentido, esse conceito não possui um valor moral que enxerga as relações afetivas e sexuais do presente como superficiais, mas pelo contrário trata-se de uma tentativa de tradução dos efeitos das mudanças macrossociais no terreno da sexualidade e dos afetos e como essas transformações produziram um novo *ethos* relacional ancorado na autonomia e autogestão permanente de si que tem impactado na constituição do laço social.

Procuro pensar os efeitos do fenômeno da plataformação na dinâmica do flerte entre homens em aplicativos de pegação, ou seja, compreender de que maneira este fenômeno tem impactado a subjetividade e os modos de interação de homens que utilizam aplicativos de relacionamento para fins afetivos e sexuais. Entendo a plataformação como sendo “a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais das plataformas digitais em diferentes setores econômicos e esferas da vida, envolvendo também a reorganização de práticas e imaginários culturais em torno dessas plataformas.” (POELL, NIEBORG E DIJCK, 2020, p. 2). Logo, a pergunta que norteia esta seção é a seguinte: quais as relações entre as novas tecnologias, o sexo, o capitalismo e os afetos? Segundo Pelúcio (2022, p. 204):

[...] a comunicação digital respondeu bem a um cenário econômico e social bastante amplo no qual o neoliberalismo se tornou mais que uma resposta a uma nova crise do capitalismo, mas uma filosofia individualista que estimula a meritocracia, precariza vidas e legitima a fragilização das instituições políticas que deviam suportar nossa existência coletiva. Dessa forma, o neoliberalismo se tornou também um sistema cultural que constitui subjetividades específicas.

Esse modelo de subjetividade empreendedora que aparece não só nos aplicativos de relacionamento, mas nas redes sociais de um modo geral, se produz ancorado em uma falsa ideia de autonomia. Possuir um *smartphone*, ser proprietário de um perfil em uma rede social, poder escolher com quem interagir e com quem não interagir, ter a liberdade de encerrar uma interação a qualquer momento, bloqueando ou deletando um contato, produz uma ilusão de que estamos no controle das interações que produzimos na rede. Contudo, essa ideia encobre o fato de que as interações sociais por mais que possuam um grau de previsibilidade elas são marcadas por uma certa imprevisibilidade que é impossível prever de antemão. Por mais que muitos usuários reclamem que as interações no *Grindr* ficam muito restritas as trocas digitais, quando as interações “morrem” ou se encerram depois do compartilhamento de fotos e de poucas trocas textuais, os algoritmos ainda não estão aptos a prever um nível de compatibilidade mais íntimo que envolve uma avaliação do cheiro, dos gestos corporais, do olhar, do toque, do modo de falar que constituem o cenário das interações presenciais.

Lemos (2021, p. 194) conceitua dataficação como sendo “a tradução da vida em dados digitais rastreáveis, quantificáveis, analisáveis e performativos”. Segundo ele, esse processo possibilita “a conversão de toda e qualquer ação em dados digitais rastreáveis, produzindo diagnósticos e inferências nos mais diversos domínios” (LEMOS, 2021, p. 194). Ao problematizar o que ele chama de dataficação da vida, o autor aponta que existe uma diferença entre a dataficação e a digitalização. Segundo ele, o processo de digitalização é caracterizado pela conversão de um objeto analógico em digital. Esse processo teve curso em meados do século XX com o desenvolvimento da microinformática e da internet, contudo com o passar dos anos e do aperfeiçoamento das tecnologias de informação e comunicação verificou-se uma onipresença do digital em todas as instâncias da vida social, fenômeno que Van Dijck (2017) cunha de dataficação como um princípio central de monitoramento.

Ao longo da última década, a dataficação tem se tornado um novo paradigma aceito para entender a sociabilidade e o comportamento social. Com o advento da Web 2.0 e os seus crescentes sites de redes sociais, muitos aspectos da vida social foram codificados, e o que nunca tinha sido quantificado – amizades, interesses, conversações casuais, buscas por informação, expressão de gostos, respostas emocionais, e assim por diante (VAN DIJCK, 2017, p.42).

O barateamento dos *smartphones*, o desenvolvimento da internet sem fio e a portabilidade, o surgimento das redes sociais e a criação de sistemas de inteligência algorítmica que passam a atuar captando ações e comportamentos humanos a partir de um cálculo preditivo produziram uma série de mudanças na subjetividade e na dinâmica da vida social. Logo, não se trata aqui de defender uma espécie de determinismo tecnológico, em que o digital institui e inaugura formas de subjetividade e relações sociais descoladas dos outros domínios da vida social, mas considerá-lo como uma resposta a um conjunto de transformações vivenciadas nos últimos vinte anos nas outras esferas macrossociais. Embora a discussão levantada nessa seção não parta de um ponto de vista que considera o online e off-line como esferas apartadas, mas como um *continuum*, é preciso considerar as especificidades que as mudanças experimentadas no mercado, no trabalho, nas relações de gênero e sexualidade se enlaçam nos usos dessas novas tecnologias da comunicação e da informação, sinalizando tendências que estão costurando o mundo dos afetos em um contexto onde o pessoal se tornou cada vez mais político e o político se tornou altamente pessoal. Segundo Vasconcelos e Pelúcio (2020, p. 16):

Os aplicativos móveis para fins de relacionamentos amorosos/ sexuais integram um complexo campo no qual a dinâmica da vida contemporânea é pautada pela aceleração do tempo, maior exigência no campo do trabalho e a sua flagrante precarização. Some-se a esse cenário um conjunto de ansiedades que entrelaça esfera pública e privada, tais como o aumento da violência urbana, as urgências emocionais relativas aos anseios estimulados por diversos discursos que nos convocam a sermos felizes, saudáveis, aventureiros/as. Conformando as já muito discutidas transformações na esfera íntima da família e do amor romântico (GIDDENS, 1993; BAUMAN, 2004; ILLOUZ, 2009) essas demandas coadunam-se com as possibilidades emocionais ofertadas pelas novas tecnologias, pactuando uma estreita relação entre estas e os sentimentos.

O *Grindr* como qualquer outro aplicativo opera por meio de formas de gerenciamento e subordinação dos seus usuários. Ao aceitar as condições presentes nos termos de uso do aplicativo, cada usuário passa a concordar com as políticas do próprio aplicativo para se tornar um usuário. Essas determinações são unilaterais, logo estabelecidas pela própria plataforma. Essa unilateralidade da tecnologia aparece também no design da interface e nos recursos que ela oferece, com filtros, geolocalização, algoritmos, o que acaba por criar um formato para as relações sociais. Isso não quer dizer que os usuários não reinventem esse *script*, mas que ele cria um certo procedimento para as relações sociais. Esse procedimento vem com o verniz da

cultura, ele possui traços regionais, de gênero, raciais, etários e morais. Esse processo chamado por Van Dijck (2017, p. 44) de “mineração da vida” consiste em “extrair conhecimentos úteis da combinação de trilhas digitais feitas pelos indivíduos que vivem uma parte considerável de sua vida on-line”.

Criamos um perfil em um aplicativo e passamos a interagir com outros usuários a partir dessas diferentes modulações culturais que aparecem no *Grindr* por meio da ação conjunta dos algoritmos e do aperfeiçoamento que os usuários realizam a partir de seus usos. Como toda mídia cultural os aplicativos de relacionamento também criam formas de homogeneização e de instrumentalização, por meio de critérios algorítmicos que facilitam o encontro entre pessoas. Esse processo se dá por meio da atuação do GPS, dos filtros e da inteligência artificial que atua sobre os usos dos usuários. A instrumentalização aparece não só por meio da estética padronizada que para tornar as pessoas interessantes segundo um padrão hegemônico dominante e que acaba transformando perfis de usuários de carne e osso em anúncios publicitários. Esse processo se dá por meio de uma customização de si e das interações com os outros usuários que segue um roteiro bastante padronizado e roteirizado.

A maneira como um usuário se anuncia em seu perfil é reveladora: “Bora começar a conversa por aqui, nada de passivo afeminado, parrudo obeso, estereótipo feminino. Sem educação, frustrados e com uma vida sem acesso, nem chegue perto. Gosto e ofereço sempre o melhor. Lembrando que só os MACHOS vão poder. ACEITE!”. Essa descrição é bastante reveladora do grau de desigualdade e violência existente nesse mercado afetivo assentando na performatização da masculinidade a partir da violência e na dominação. Mesmo aparecendo perfis de outros usuários que sinalizem a existência de outras formas de masculinidade, esse número comparado ao primeiro ainda é muito pequeno.

O perfil “Estranham 25” se descreve da seguinte maneira: “Sem pressa, hipocrisia, machismo, pix, bolsominios, fetiche pig. Gratos pelo seu block. Sobre nós: 1,66/ 1,83m. 25/32 anos. Preferimos/ Somos versáteis. Oferecemos: simpatia, educação, safadeza e local no Jangurussu. Buscamos encontros casuais.” Usuários com esse perfil não são majoritários nos aplicativos de busca de parceiros. De maneira geral, esses perfis são de usuários mais jovens que já nasceram no “mundo digital” e já estão familiarizados com a convocação pela exposição de si lidando melhor com as ferramentas da rede. Essa geração também nasceu em um tempo em que as

questões de gênero e sexualidade alcançaram a arena pública e se notabilizaram por meio de conquistas históricas importantes<sup>30</sup>.

O importante nessa discussão sobre plataformização é pensar como práticas e imaginações sociais são organizadas em torno dessas plataformas, em particular nos usos que as pessoas fazem em aplicativos de relacionamento direcionado a homens gays. Quero dizer com isso que as tecnologias digitais instituem em seu funcionamento, um currículo e uma pedagogia nas maneiras de relacionar sexual e afetivamente ancorada na linguagem e o *modus operandi* do trabalho precarizado e do capitalismo neoliberal e assentada na ideologia do empreendedorismo. Nos apps, as pessoas descobrem como são vistas pelos outros, o que não costuma ser dito expressamente cara a cara. Isso é o efeito colateral do uso desses apps e da entrada no mercado. Em um contexto marcado por um Capitalismo selvagem e por um mercado sexual selvagem, o que é valorizado é apenas *sex appeal* do usuário e seus sinais de pertencimento de classe, em suma, aspectos que formam ideais difíceis/até impossíveis de se alcançar. Nos aplicativos de busca de parceiros opera um processo de colonização das imaginações e dos afetos por uma lógica de mercado.

Essa nova gestão dos afetos que os aplicativos de relacionamento põe em cena constitui em uma resposta tecnológica de mudanças empreendidas na esfera macrossocial: transformações nos modos de produção, mudanças nas esferas no mundo do trabalho, visibilização das questões de gênero e sexualidade, dentre outros. Esse novo *ethos* relacional tem a busca infinita como um fim em si mesmo. Como no mundo do trabalho, a paquera hoje exige do sujeito a mobilização constante de formas criativas de engajamento.

A monopolização da experiência do flerte por essas empresas tem homogeneizado a experiência da paquera, tornando porosas as distinções entre trabalho e consumo, trabalho e lazer, trabalho e sexo, amor e sexo. Um sintoma disso é quando muitos usuários reclamam que o sexo tem se tornado muito burocrático. Eles estão querendo dizer que hiperracionalização da experiência da paquera a partir desse formato onde não se pode perder tempo e é preciso ter o controle de habilidades específicas para se anunciar e promover engajamentos tem destituído o

---

<sup>30</sup> Apenas para citar algumas: Em 2011, o Supremo Tribunal Federal (STF) reconheceu legalmente as uniões entre pessoas do mesmo sexo. Em 2013, quando o Supremo Tribunal Federal igualou as uniões entre pessoas do mesmo sexo ao casamento.

flerte de seu caráter de imprevisibilidade. Ao falar de sua experiência em uma boate da cidade, o colaborador diz: *“A Amsterdã (nome do lugar) é uma loteria. Você nunca sabe o que vai acontecer.”*

Antes do surgimento dos aplicativos de relacionamento a oferta da paquera era muito mais escassa. O amor, como uma experiência histórica moderna, foi vivenciado a partir da lógica da escassez (ILLOUZ, 2011). A portabilidade e a conectividade perpétua possibilitaram um alargamento nas possibilidades de interação e de construção de vínculos sexuais e afetivos. A exigência implícita na lógica das redes de um autogerenciamento subordinado e de uma sociedade assentada no imperativo do engajamento como pré-requisito para se ter visibilidade e construir relações sociais produz um cenário onde os usuários passam a “gerir suas escolhas, se diferenciar e inovar constantemente, tal como empreendedores em um mercado de afetos” (BALIEIRO, 2021, p. 2). Ao contextualizar esse processo, do encontro do mercado com os afetos, Edgar Cabanas e Eva Illouz (2022, p. 82) expõem o seu resultado. Segundo eles:

A segunda revolução individualista permitiu que déficits estruturais dessas sociedades fossem assimilados como atributos psicológicos e responsabilidades individuais. Aspectos como o trabalho passaram a ser cada vez mais entendidos como da ordem de projetos pessoais, criatividade e empreendedorismo; a educação, como área ligada a competências e talentos individuais; a saúde, como questão de hábitos e estilo de vida; o amor, como matéria de identificação e compatibilidade interpessoais; a identidade, como escolha e personalidade; o progresso social, como tema relacionado ao crescimento e desenvolvimento individuais. O Resultado foi o colapso generalizado do social em favor do psicológico.

Essa ação dos algoritmos nos usos que fazemos das plataformas digitais se dá no contexto de uma nova fase do capitalismo, o capitalismo de dados ou de vigilância. Nessa nova versão do capitalismo, dados e informações funcionam como um importante meio de obtenção de capital. Através da ação dos algoritmos, as empresas conseguem traçar um perfil de cada consumidor e direcionar produtos específicos ancorados na avaliação dos gostos e preferências de cada usuário. Segundo Shoshana Zuboff (2020, p. 18):

[...] o capitalismo de vigilância reivindica de maneira unilateral a experiência humana como matéria-prima gratuita para a tradução em dados comportamentais. Embora alguns desses dados sejam aplicados para o aprimoramento de produtos e serviços, o restante é declarado como superávit

comportamental do proprietário, alimentando avançados processos de fabricação conhecidos como “inteligência de máquina” e manufaturado em produtos de predição que antecipam o que um determinado indivíduo faria agora, daqui a pouco e mais tarde. Por fim, esses produtos de predições são comercializados num novo tipo de mercado para predições comportamentais que chamo de mercados de comportamentos futuros.

Essa versão do capitalismo que se alimenta de dados e informações das pessoas a fim de calcular comportamentos preditivos visando resultados lucrativos gera uma nova espécie de poder que Lemos (2021) chama de instrumentalismo que consiste em um tipo de poder que “conhece e molda o comportamento humano em prol das finalidades de terceiros” (ZUBOFF, 2020, p. 19). Nesse contexto, a rede substitui a fábrica como espaço de controle do comportamento humano produzindo relações assimétricas que nos transformam em “objetos de uma operação de extração de matéria-prima tecnologicamente avançada e da qual é cada vez mais impossível escapar”. (ZUBOFF, 2020, p. 22).

A datavigilância – o monitoramento dos cidadãos a partir de seus dados online – difere da vigilância em ao menos uma dimensão importante: enquanto esta presume o monitoramento para fins específicos, a datavigilância relaciona-se ao monitoramento contínuo de (meta)dados com objetivos não especificados (VAN DIJCK, 2017, p. 52).

Nesse tipo de relação não há reciprocidade entre produtor e consumidor, mas o sucateamento das experiências como meios para fins de outros. Esse tipo de relação unilateral entre a plataforma e os usuários se replica nas interações que os usuários estabelecem entre si. Não há regulações entre aplicativo e usuários. Os aplicativos se colocam apenas como mediadores, como aqueles que disponibilizam a tecnologia para viabilizar a experiência da paquera, o que estamos cientes de que não é verdade. A convocatória acionada por alguns usuários na expressão imperativa, “manda foto”, ou “manda nudes” nos leva a considerar que esses espaços replicam a lógica da meritocracia, tão propalada no mundo do trabalho, mas no campo das relações afetivas e sexuais.

Segundo Zuboff (2020, p. 25), “o capitalismo de informação dera uma guinada decisiva na direção de uma nova lógica de acumulação, com seus originais mecanismos operacionais, imperativos econômicos e mercados”. Para Sibilia (2016, p. 23), essa nova versão do capitalismo sobrepõe capital financeiro a capital produtivo,

gerando “uma gradativa abstração e virtualização dos valores”. Ainda para essa autora, no antigo modelo capitalista, o relógio era o exemplo paradigmático da sociedade industrial e de sua lógica disciplinar correlata. A sociedade industrial instituiu tecnologias disciplinadoras que visavam a normalização dos sujeitos, como arquitetura panóptica, cuja finalidade era interiorizar a vigilância, a técnica da confissão que instava os sujeitos a falarem por meio de um constante exame de si mesmos e a regulamentação do tempo a fim de canalizar produtivamente a energia e a potência dos indivíduos. Esse processo de adestramento dos corpos e das subjetividades visava “tornar úteis as forças humanas com o propósito de expropriá-las para os fins nacionais e industriais de um projeto sociopolítico e econômico” (SIBILIA, 2016, p. 181).

Não se trata mais de pensar em um mundo virtual e um mundo real, mas como o digital se instalou em todas as instâncias da vida social introduzindo mudanças nas subjetividades e nas formas de desejar, relacionar, trabalhar, se locomover e viver. Para Poell, Nieborg e Dijck (2020, p. 6), a dataficação da vida consiste na:

[...] transformação de praticamente todas as instâncias da ação humana em dados utilizados por um pequeno número de empresas que passam a exercer um controle sobre a vida social e subjetiva: ranqueamento, pagamento, pesquisa, assistir conteúdos, dirigir, caminhar, conversas, amizades, namoro etc.

Para Han (2018) esse processo de dataficação da vida se dá no contexto de expansão da internet das pessoas para a internet das coisas que permite um monitoramento das nossas vidas a partir dos objetos que utilizamos. Essa reflexão nos direciona a pensar sobre a questão da governança na medida em que as plataformas orientam não apenas as transações econômicas, mas também as interações dos usuários.

[...] as plataformas estruturam como os usuários finais podem interagir entre si e com os complementadores por meio de interfaces gráficas do usuário, oferecendo vantagens específicas enquanto retêm outras, por exemplo, na forma de botões – curtir, seguir, avaliar, comprar, pagar – e métricas relacionadas a eles (BUCHER; HELMOND, 2018, p.7).

Em seu livro “Batalhas Morais: política identitária na esfera pública técnico-midiatizada”, Miskolci (2021) afirma que as redes sociais digitais se organizam não somente em função de interesses econômicos, mas também por meio de interesses culturais. Ele chama atenção para o fato de que essas plataformas digitais foram desenvolvidas no contexto da sociedade norte-americana e por isso imprimem em seus modos de concepção valores próprios dessa sociedade, sobretudo aqueles cultivados pelas classes ascendentes.

Redes como Facebook, Twitter e YouTube definem a relevância de um conteúdo a partir de métricas de atenção verificadas por visualizações, curtidas e compartilhamentos, portanto definindo e impulsionando temas de discussão em uma lógica que, nas palavras de Frank Pasquale (2017, p. 18), “submete o pluralismo e as funções democráticas do discurso aos interesses mercadológicos, automatizando a esfera pública”. (MISKOLCI, 2021, p. 29)

Para o autor, a internet se constitui hoje na esfera pública técnico-midiatizada, tendo como característica a recusa de mediações e a ação direta. Essa esfera é destituída de mediações institucionais e regida pela ação dos algoritmos e da livre escolha dos usuários. Segundo o autor essa nova esfera pública os indivíduos-perfis operam a partir de uma economia da atenção em que o seu reconhecimento é medido a partir dos engajamentos.

Vendidos como “serviços”, tais redes sociais on-line tentam se apresentar ocultando ao máximo seus interesses comerciais e priorizando propagandas que lhes dão uma aura de espaço livre de interesses de exploração econômica. Poucos usuários percebem que, ao usar essas plataformas de socialização, estão pagando pelo serviço com a “doação” não remunerada de seus dados de navegação. Esses dados são o capital mais precioso na era das TICs, baseadas na coleta, análise e venda deles com intuítos de criar propagandas segmentadas e mais eficientes, assim como sabemos – desde o escândalo da Cambridge Analítica, em 2018- que, nos Estados Unidos, dados de navegação e preferências permitiram a criação de perfis psicométricos para direcionar notícias fraudulentas com fins de manipulação eleitoral nas eleições presidenciais de 2016. (MISKOLCI, 2021, p. 41).

Para o autor, essa diminuição do poder das instituições como mecanismos mediadores das interações sociais acaba por minar a possibilidade de um debate democrático efetivo, pois é responsável por criar as “bolhas”, redes relacionais seletivas pautadas em gostos e preferências similares. Nos aplicativos de

relacionamento como o *Grindr* a ação direta dos usuários e o empreendedorismo de si acaba por criar um cenário não muito otimista para os encontros. O surgimento de outros arranjos relacionais na sociedade brasileira como o amor livre, o poliamor, as relações abertas sinalizam transformações na maneira de amar e desejar, mas que carregam em si, dada a falta clareza na constituição do pacto, uma série de inseguranças, incertezas e desigualdades tão comumente associadas somente as relações monogâmicas.

### **2.3 O surgimento do indivíduo-empresa**

Nesta subseção, abordarei em que medida o encontro dos afetos com o mercado vem implicando em mudanças nas formas das pessoas se relacionarem entre si e na produção de um novo tipo de subjetividade.

A transformação da vida íntima e afetiva vem sendo gestada no contexto de uma sociedade informatizada e de inflexões no modo de produção capitalista. Tais mudanças no modo de produção acabaram por instituir novas formas de relação entre as pessoas e um novo tipo subjetividade.

Essa nova racionalidade de mercado, que ganhou o nome de neoliberalismo, estrutura-se, em meados dos anos 1970, a partir da propagação e manutenção de um cenário de competição generalizada, submetendo as relações sociais segundo um modelo de mercado e “modificando o indivíduo, que é instado a conceber a si mesmo e a comportar-se como uma empresa” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 16).

Como modelo da forma acabada desse processo, exemplifico o modo de gestão de si personificado na plataforma *Instagram* que, atualmente, vem se transformando cada vez mais em um espaço comercial de divulgação de produtos e serviços. A empresa tem viabilizado a monetização através da adoção por parte dos usuários de estratégias de divulgação de produtos e serviços. Esse processo se dá mediante à incorporação por parte dos mesmos de uma lógica de mercado centrada em estratégias claras e definidas, motivadas por um ambiente concorrencial, levando, em primeira instância, a conversão da vida subjetiva, antes íntima e privada, em domínio público. O que entendemos como o eu contemporâneo torna-se, então, o

efeito de constantes processos de edição, de racionalização, de gestão estratégica e de tecnologias biomoleculares.

Entendendo o neoliberalismo como uma razão de mundo que determina um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal da concorrência (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 17), analisei os efeitos desse processo concorrencial considerando os aspectos sociais e subjetivos produzidos por essas mudanças de cunho estrutural. Procurei compreender em que medida um “conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 17) implica na deflagração de um processo de individualização das relações sociais e na perda da solidariedade coletiva, bem como no surgimento e desenvolvimento de um modo de vida marcado pelo cansaço e pelo ceticismo.

Defendo que esse novo tipo de racionalidade, pautado na concorrência e no espírito gerencial se dá de modo simultâneo a mudanças no campo afetivo. A instauração de uma forma de autogoverno, responsável por desenvolver um novo modo de existência e novas modalidades de relações sociais tem modificado a organização afetiva geral da experiência social, transformando “o ceticismo na estrutura de sentimento específica presente nas sociedades capitalistas tardias, implicando em um desvio radical da cultura do amor e do romantismo presentes no século XIX e XX” (ILLOUZ, 2011, p. 128).

Indo ao encontro da hipótese confirmada em entrevistas realizadas pela socióloga Eva Ilouz com usuários de sites de relacionamento direcionados ao público heterossexual, o ceticismo e o cansaço também têm aparecido em queixas recorrentes por parte dos usuários do *Scruff* e do *Grindr*, aplicativos de buscas homoeróticas que compõem o meu universo investigativo. A maioria deles parece não saber explicar as constantes idas e vindas ao aplicativo, presentes no movimento do instalar- desinstalar. Muitos atribuem o cansaço sentido à automaticidade das interações que cria uma certa rotinização na experiência do encontro, destituindo-o de sua imprevisibilidade, fundamental na experiência do amor romântico. Concordo com a socióloga marroquina quando diz que:

[...] a tecnologia da internet posiciona o eu de maneira contraditória: faz o sujeito dar uma virada profunda para dentro, isto é, exige que ele se concentre em seu próprio eu para captar e comunicar a essência única que há nele, sob a forma de gostos, opiniões, fantasias e compatibilidade afetiva; por outro lado, a internet também faz do eu uma mercadoria em exibição pública. O

processo de busca de um parceiro na rede é, ao mesmo tempo, a conjunção de um subjetivismo intenso – que assume a forma psicológica – e de uma objetificação do encontro, através da tecnologia e da estrutura de mercado do site (ILLOUZ, 2011, p. 114).

A formulação de Ilouz acerca do processo de busca de parceiro na rede, como sendo o resultado da conjunção de um subjetivismo intenso e da objetificação do encontro, é um diagnóstico do sentimento de cansaço e da postura cética apontada por alguns usuários acerca de suas experiências em aplicativos de relacionamento.

A experiência compartilhada por Leonardo nos seus usos dos aplicativos de busca de parceiros nos ajuda a entender esse sentimento de cansaço e vazio resultante da dinâmica das buscas. Leonardo tem 22 anos, se considera branco e na época cursava a faculdade de cinema e audiovisual em uma universidade privada. Quando baixou o aplicativo, Leonardo era um usuário mais ativo, marcava mais encontros, conversava com mais pessoas e acumulava mais contatos. Atualmente, ele se diz estar bem desinteressado na dinâmica que orienta boa parte das interações por lá. Diz que está só existindo. Recebe mensagens, nada lhe interessa e não conversa com as pessoas. Para ele, o caráter impessoal e objetivo do aplicativo às vezes lhe gera “preguiça”. “É muito mais interessante um encontro físico, olho-a-olho, do que você só mandar uma foto de um abdômen e falar: e aí, curte o que? Quer fazer algo agora? Tá de carro?”. Por que permanecer conectado? Leo esboça uma resposta resgatando uma história que teve com um casal que conheceu no aplicativo e que continua mantendo um relacionamento de amizade, tanto afetivo como profissional. Ele diz que pessoas como esse casal estão perdidas no aplicativo e aponta para a necessidade esporádica de encontros como esse que ele teve como possibilidade de acrescentar o vazio de estar perdendo tempo. Resume a dinâmica de uso do aplicativo a partir das seguintes ações: “Você marca, você manda foto, há um interesse mútuo lá, vai pro *WhatsApp*, continuam uma conversazinha muito rasa. Tem local? Vamos lá se encontrar! Sexo. Basicamente, é isso. Só um alívio sexual rápido.”

Leonardo diz que a rapidez e a qualidade robótica das interações geram nele uma sensação de tédio. Assim como o roteiro previsível da interação o desmotiva. Leo precisa da “inovação” para a excitação. Então, quando está querendo algo mais rápido acha mais interessante pular essa fase e ir direto ao encontro. Ele diz também que o fato de hoje existir essa opção abre margem para a possibilidade de escolha dos usuários.

A objetificação do encontro faz parte de uma estratégia mobilizada pelas empresas que gerenciam as plataformas. Quanto mais objetificável o encontro, mais as empresas podem conhecer melhor seus clientes e direcionar seus serviços para cada nicho específico. Nesse mercado, somos nós, exercendo ações consideradas banais e cotidianas quem fazemos o trabalho de aperfeiçoamento dessas plataformas. A estratégia de misturar ambiente de trabalho com espaço de lazer vem sendo uma sacada genial do capitalismo em sua versão contemporânea.

A experiência de Leonardo nos ajuda a pensar sobre esse entrecruzamento entre a gestão dos encontros e a gestão do trabalho, entre trabalho e lazer. O usuário Leonardo parece saber gerir não só sua vida profissional, como também seus encontros afetivo-sexuais no aplicativo. Enquanto concedia a entrevista para mim, seu celular sinalizou o recebimento de uma notificação. Ele anuncia que é um *woof*<sup>31</sup> de um usuário do *Scruff* de codinome Rodrigues. Leonardo dedica boa parte do seu tempo para o trabalho, tentando construir laços com pessoas visando outros trabalhos no futuro, acompanhando várias páginas no *Facebook* relacionadas a festivais de cinema e tentando manter a produção de próximos filmes que serão produzidos. Ele se autodefine como sendo muito *workaholic*<sup>32</sup> e que seu foco excessivo direcionado ao trabalho acaba também influenciando no modo como ele utiliza o aplicativo.

Relata uma situação em que conversou com um rapaz e, assim que havia acabado de falar sobre o seu trabalho, ficou na dúvida se ele estava marcando sexo ou uma entrevista de emprego. Posteriormente, acabou descobrindo que a pessoa com quem estava conversando havia se formado no mesmo curso que ele, resultando esse contato em um contrato de emprego como estagiário. Exemplifica alguns inconvenientes que a exposição em um aplicativo pode também acabar trazendo no ambiente de trabalho, em que só pelo fato de estar lá ou já ter tido algum contato com algum usuário este pressupor com já possui intimidade suficiente para abordá-lo.

Ele relata que certa vez estava no seu ambiente de trabalho na presença de um diretor de programação e de uma apresentadora da emissora, quando, de repente, chegou um colega dizendo: “Ei, eu te vi no Tinder. Nem deu match.” Essas situações embaraçosas foram relatadas como sendo uma espécie de inabilidade do

---

<sup>31</sup> Woof é uma ferramenta presente no aplicativo que é utilizada pelo usuário com o intuito de chamar atenção de outro usuário sem falar nada. Equivale ao cutucar no *facebook* e o tap no *Grindr*.

<sup>32</sup> Tradução: viciado em trabalho.

outro em reconhecer as fronteiras. Saber demarcá-las e gerenciar os encontros é uma exigência para se ser bem-sucedido nesses ambientes virtuais. Porém, o próprio Leonardo aproveita as conversas com outros usuários do aplicativo para falar de suas habilidades profissionais, borrando as linhas que separam online e off-line, trabalho e lazer, local de sexo e ambiente profissional. A erotização do ambiente de trabalho e a profissionalização do espaço de lazer/sexo é flagrante em tempos de conectividade permanente.

Como escreveu Pelúcio (2017, p. 19) em sua pesquisa sobre o amor em tempos de aplicativo, o espírito do empreendedorismo estrutura as relações nos apps. Leo incorporava em suas práticas profissionais e afetivas a lógica empreendedora, na medida em que estava disposto a assumir riscos e a inovar continuamente.

[...] o empreendedorismo emocional atua em um campo de abundância imaginada, posto que, de fato, as opções concretas já mostraram que não são amplas como o número de usuários escritos podem sugerir. Para “se dar bem” nesse universo de ofertas, é preciso acionar lógicas organizativas, racionalizando a busca e organizando o tempo para que se faça o melhor investimento. Acumular capital sexual pode capitalizar experiências que permitirão que se tenha mais sucesso e, desejavelmente, menos sofrimento em um mercado competitivo que exige que se demonstre diversas habilidades emocionais. Entre estas, saber lidar com relações flexíveis, nas quais os termos fluídos escapam e confundem os agentes, exigindo, por outro lado, processos reflexivos que podem fomentar a ideia de uma individualidade autônoma, que não só dificulta os vínculos duradouros como pode levar a autoatribuição pelo fracasso.

A adoção de um modelo rotinizado de apresentação de si, expresso em um questionário que cada usuário tem de responder para se converter em um perfil, bem como o formato editado assumido pela maioria das interações, são evidências de como as transformações geridas no campo empresarial estão sendo assimiladas pelas pessoas em seus usos cotidianos das redes sociais. Tais interações ocorrem no interior de um contexto histórico estrategicamente definido e estruturado por uma lógica de mercado.

Os apps de encontro surgem em um momento histórico no qual o gênero e a sexualidade estão entrelaçados a uma cultura de *startup*, ativamente empenhada em produzir socialidade. O empenho por parte das empresas de tecnologia é produzido ambientado em um competitivo mercado destinado a fazer do *hookup* um negócio lucrativo. Pode-se questionar em que medida o espraiamento dessas tecnologias tem colaborado para o gradual reconhecimento de gays e lésbicas em uma cultura de consumo. Nesse sentido, os aplicativos móveis constituem também um campo profícuo para

estender o debate sobre o tema do reconhecimento precário a partir do consumo (PADILHA, 2019, p. 77).

O surgimento de uma cultura das *staturps*, na década de 1990, constitui num um dos efeitos do processo de reestruturação produtiva do capitalismo, iniciado na década de 1970, e que instituiu a flexibilidade como a nova norma do modelo produtivo. Imersos em um ambiente de incertezas profissionais, surge, no contexto dessas “empresas emergentes” uma nova modalidade de profissional: o empreendedor, “uma mescla de burguês- de- si-próprio e proletário- de- si- mesmo” (ANTUNES, 2020, p. 36).

A empresa Uber<sup>33</sup> é um exemplo paradigmático dessa modalidade de empresa que extrai mais-valor dos seus “colaboradores” sem se preocupar em ampará-los com os direitos trabalhistas historicamente conquistados. O que chamam de flexibilidade no trabalho promovido por essas empresas modernas consiste em um conjunto de atividades laborais “sem jornadas pré-determinadas, sem espaço de trabalho definido, sem remuneração fixa, sem direitos, nem mesmo o de organização sindical e onde até o sistema de “metas” é flexível: sendo as metas do dia seguinte sempre maiores do que a do dia anterior” (ANTUNES, 2020, p. 38).

A importância em analisar a singularidade desse novo tipo de racionalidade é crucial para compreender suas expressões contemporâneas na vida social e subjetiva. Para Dardot e Laval (2016, p. 21), é preciso contemporaneizar as interpretações marxistas acerca do capitalismo a partir do contexto histórico que vivemos, considerando que “o neoliberalismo emprega técnicas de poder inéditas sobre as condutas e subjetividades e que ele não pode ser reduzido à esfera mercantil e ao campo de acumulação de capital”.

Em um contexto marcado por demandas de liberdade por parte dos indivíduos, era necessário criar um novo modo de gestão, tanto da economia como da sexualidade, compatível a esse contexto de reivindicações. Como resposta a essa demanda por liberdade, foi instaurando-se, paulatinamente, um novo modo geral de governo, uma nova forma de governamentalidade, pautada na concorrência e no modelo empresarial estratégico. A novidade dessa forma de racionalidade é que ela

---

<sup>33</sup> “Uber Technologies Inc. (fazendo negócios como Uber) é uma empresa multinacional americana, prestadora de serviços eletrônicos na área do transporte privado urbano, através de um aplicativo de transporte que permite a busca por motoristas baseada na localização, em inglês *e-hailing*, oferecendo um serviço semelhante ao tradicional táxi. É conhecido popularmente como serviços de “carona remunerada”. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Uber>. Acesso no dia 02 de maio de 2023.

não se restringe a esfera econômica da sociedade, mas se expande a todos os domínios da vida social através da generalização da forma-empresa. Essas medidas que resultaram no processo de transfiguração do capitalismo e de generalização de uma forma de racionalidade específica aos outros domínios da vida.

Esse novo modo de governo de si e dos outros vem sendo pautado no imperativo da competitividade, presente tanto nas práticas governamentais, como nas políticas institucionais e nos estilos gerenciais. A nova versão do capitalismo consiste em um sistema resiliente e flexível que produz uma subjetividade contábil pautada na concorrência sistemática entre os indivíduos.

A ideia de capital humano nada mais é do que a expressão dessa subjetividade contábil, consistindo em uma relação do sujeito consigo mesmo estruturada por uma noção de valor. Quanto mais produtivo o sujeito for, mais valor ele terá na dinâmica dessa nova ordem social. Essa ideia do valor associado ao índice de produtividade do indivíduo acaba por produzir um ambiente de concorrência constante que culmina no enfraquecimento de formas coletivas de solidariedade, fundamentais para a sustentação do equilíbrio da vida social. Isso acontece em uma sociedade onde o desenvolvimento da lógica de mercado se torna uma lógica normativa generalizada, que compreende desde o Estado até o mais íntimo da subjetividade das pessoas (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 34).

Essa noção de valor expressa na reunião de habilidades corporais e emocionais para se tornar um perfil desejável aparece na experiência do namorado de Leonardo. Os dois possuem uma relação aberta e ambos utilizam o aplicativo para viabilizar o encontro com outros homens. Pelo fato do namorado de Leonardo não ser tão habilidoso quando se trata de exercer a função de empreendedor emocional no aplicativo ele acaba não tendo muito sucesso com os outros usuários como o próprio Leonardo. Soma-se a isso a baixa autoestima por não se considerar bonito o suficiente para deslanchar um encontro sexual, frustrando grande parte de suas buscas. O namorado relata para ele que em uma viagem recente que havia feito a Portugal tinha ficado triste por não ter feito quase nenhum *match*.<sup>34</sup>O *match* funciona também como uma espécie de medidor de desejabilidade. Um colecionador de *match* não está

---

<sup>34</sup> Os aplicativos móveis para encontros têm uma ferramenta que permite que as pessoas possam conversar de forma sincrônica, se desejarem. A palavra *match* significa jogo, partida, e é acionada quando se verifica a combinação entre dois perfis que possuem interesse mútuo.

propriamente em busca de relações significativas, mas de se sentir inserido em uma lógica de consumo na qual seu perfil parece incitar o desejo. Ao não conseguir esse intento, o namorado de Leo declarou sentir-se ainda mais afetado pela baixa autoestima. Segundo Padilha (2019, p. 118):

O bom desempenho para um perfil resulta de uma combinação otimizada entre prazer e satisfação do sujeito a partir da sua performance em relação aos outros. Em outras palavras, ser bem-sucedido em uma rede social significa ser procurado e ser procurado confirma a aprovação dentro de certa ordem social. Esse é um dos mecanismos pelos quais as mídias digitais reproduzem e estendem as desigualdades replicando-as no plano mediado.

Leonardo tem consciência da posição de prestígio que ocupa entre os outros usuários do aplicativo, não só por reunir um conjunto de marcadores de gênero (parece másculo e heterossexual), de geração (é jovem), de classe (classe média profissional) e de raça (branco), mas também por saber fazer uso em seu favor de sua posição de influência.

Embora nos últimos meses Leo estivesse utilizando pouco o aplicativo, cerca de dez minutos por dia, era perceptível que quando ele falava de seus encontros com pessoas no aplicativo acionava a lógica que organizava suas interações em suas atividades laborais, transpondo-a para a forma como ele orientava suas buscas. Leonardo tem se mostrado um habilidoso colecionador de sensações. A forma como gere seu tempo, a partir da maximização de seus investimentos e da mobilização de suas habilidades sejam profissionais, sejam corporais, garante a sustentação de uma posição promissora enquanto um empreendedor emocional. Tempo, investimento, racionalização da busca e imagem pessoal são os capitais mobilizados por Léo em suas buscas. Embora obtenha relações pouco significativas, ele não deixa de empreender no *Grindr*, tanto com a finalidade de conseguir sexo, tanto como forma de ser conhecido, de ser visto, e assim, quem sabe conseguir uma oportunidade de trabalho. Nesse modelo de gestão da vida, onde capitalismo e afetos andam lado a lado, a personalidade do indivíduo tornou-se a chave do sucesso social e administrativo (ILLOUZ, 2011, p. 30). Isso se deu a partir da valorização da comunicação que se tornou o espírito da empresa.

Em um meio mercado de incertezas profissionais, sociais e subjetivas, o que nos resta é a nossa capacidade de desenvolver um tipo de específico de comunicação que se confunde com as estratégias de marketing adotadas pelas

empresas para na venda de seus produtos e serviços. Para sairmos do ostracismo, sermos reconhecidos socialmente, sermos amados e garantirmos o nosso sustento precisamos desenvolver aptidões comunicativas capazes de fazer frente às exigências, sempre crescentes, do espírito concorrencial e da necessidade de sempre estar à frente.

Tais mudanças chegam ao campo das relações íntimas a partir de um processo de racionalização dos afetos. A transformação da experiência afetiva em palavras emocionais contribuiu no processo de intelectualização dos laços íntimos, segundo Ilouz (2011). Esse processo se deu a partir do 1) controle dos sentimentos, a partir do esclarecimento dos valores e metas dos sujeitos, 2) do uso da técnica do cálculo, somado ao processo de descontextualização do espaço interacional e 3) e da objetificação dos sentimentos. Para Ilouz (2011), a reunião de todas essas estratégias racionais e intelectivas transformaram as relações sociais em objetos cognitivos que podem ser comparados e analisados conforme seu custo e benefício.

Nas redes, usamos o eu de maneira criativa e produtiva, um eu editado por estratégias de marketing, onde quanto mais natural o sujeito realiza sua performance, mais credibilidade alcançará por parte de seus seguidores. Para Padilha (2019), os usos sociais das mídias digitais se constituem como dispositivos de mediatização dos sujeitos. Em aplicativos de busca para homens esse processo de mediatização de si se dá através da exibição fotos que performatizam uma heterossexualidade presumida, através de ângulos, filtros e corte (PADILHA, 2019, p. 120).

Sendo assim, o roteiro da interação passa por um processo de recontextualização, através de técnicas de racionalização de si e do encontro amoroso. A tecnologia, nesse sentido, ao invés de empobrecer a vida íntima, inflaciona-a. O que a tecnologia faz é um enquadramento estratégico nas formas de sociabilidade e subjetividades (ILLOUZ, 2014).

Enredados no estratégico, sofreremos de um esvaziamento, uma espécie de falta de sentido e um saudosismo por modelos de relação supostamente mais sólidos. Tendo ao nosso favor a comunicação e a nossa força de vontade, somada a uma certa convencionalidade corporal (uma imagem que venda) e a técnicas padronizadas do marketing e da administração convertemo-nos em um indivíduo-empresa. Sendo os únicos responsáveis pelo nosso sucesso ou fracasso, somos absorvidos por altos níveis de ansiedade a fim de garantir nossa sobrevivência que passa a depender, única e exclusivamente, de nossa capacidade estratégica de dominar as técnicas de

vendabilidade das redes. O prestígio moral do trabalho hoje está diretamente vinculado a capacidade do indivíduo gerir riscos em detrimento da estabilidade, onde “torna-se mais importante dispor de mobilidade social do que participar de uma estrutura social” (SENNET, 2018, p. 73).

Qual perfil de público em sua opinião tem mais sucesso e visibilidade no aplicativo, inquiriu o pesquisador a Leonardo. O usuário explica que o aplicativo é composto por vários “nichozinhos”<sup>35</sup> específicos, mas difere os usos em dois tipos de pessoas: as pessoas que sabem o que querem, que se subdividem em pessoas que estão em busca de sexo propriamente dito e pessoas que estão buscando um relacionamento e um outro nicho composto pelas pessoas que adotam uma postura mais ambígua, demonstrando não saber muito bem o que querem. Esse primeiro nicho é composto por pessoas que possuem interesses incompatíveis, podendo muitas vezes conflitar dentro do app, onde as pessoas que buscam só sexo podem acabar sendo consideradas como vagabundas pelas pessoas que procuram um relacionamento sério que, por sua vez, podem ser consideradas caretas e acabar sendo desprezadas pelas primeiras. Leonardo como um empreendedor emocional flexível que surfa nessas posições não experiencia esses papéis de forma tão fixa como apresenta em seu discurso.

Às vezes eu tô realmente' vamos fuder agora, bateu a química entre a gente, manda foto, agora, tô passando de carro aí, vamo, vamo'. Já aconteceu várias vezes. Mas quando eu me sentia apto a isso. Às vezes, tô aqui na [nome da universidade], tô com fogo e quando o pessoal manda mensagem agora eu digo ai gente, sério mesmo, ter que sair, olha o tempo, olha o horário...

A partir de uma avaliação de aptidões e circunstâncias, Leonardo calcula a viabilidade de seus encontros. Ele menciona que recebeu uma mensagem na internet que achou particularmente interessante sobre três modalidades de usuários que estão

---

<sup>35</sup> Ao estudar a relação entre o movimento homossexual e o mercado de consumo no contexto paulistano, França (2005) apresenta as disputas entre os segmentos do movimento LGBT por espaços de consumo que desestabilizam o que entendemos como sendo o movimento homossexual no Brasil. A autora considera que “o que chamamos de movimento homossexual é, hoje, um sujeito político bastante complexo, formado por múltiplas categorias identitárias, nem sempre movidas pelos mesmos discursos. (FRANÇA, 2005, p. 1)” Assim, quando analisa a lógica complexa de grupos que compõem esse movimento focando na disputa por espaços de consumo que garantirão reconhecimento a esses sujeitos, ela conclui que as alianças entre os membros desses grupos são contingentes, evidenciando que aquilo que entendemos como sendo um sujeito político ontológico, no sentido estrito do termo, constitui-se em uma multiplicidade de demandas internas ao grupo que podem ser tanto eficazes como instáveis, dependendo do ponto de vista adotado.

no aplicativo. A “Trilogia do Quero”, dividia os usuários em três categorias a partir dos motivos que mobilizam a busca. O primeiro grupo era composto pelas pessoas que estão no aplicativo em busca de um amor e de um relacionamento sério. A segunda categoria é formada por aqueles que estão em busca de uma “putaria pesada”, chamada “quero a mão no cu” e, a terceira e última, é denominada de “quero um cuzinho” que é formada por usuários que buscam interações no app que conjuguem “putaria com amorzinho”. Leonardo diz se enquadrar mais na segunda categoria dos usuários que querem uma putaria, porém diz que nem sempre está disposto para essa modalidade de interação. Reitera que só está existindo no app e que odeia o comportamento de ambiguidade assumido por muitos usuários quando ele sabe o que quer. Contudo informa que essa posição de não saber muito bem o que a pessoa quer é também muito sincera porque no fundo as pessoas não sabem o que estão fazendo lá.

A sociedade das capacitações torna o *network* um elemento fundamental na manutenção do indivíduo no mercado. Se somos incapazes, tornamo-nos dispensáveis para o mercado. Essa cultura onde a lógica do mercado reina o fracasso torna-se um tema proibido, o que percebemos ocorrer no uso que o namorado de Leonardo faz dos aplicativos, modificando sua experiência com relação a do namorado.

### 3 DO GUETO ÀS REDES: MUDANÇAS E PERMANÊNCIAS NA EXPRESSÃO DO DESEJO HOMOSSEXUAL

Neste capítulo realizo uma genealogia das dinâmicas do sexo impessoal entre homens e a maneira como ele foi se atualizando com o passar dos anos, com foco na análise dos aplicativos comerciais de busca sexual, campo empírico desta tese. Percorrer esse percurso me permitiu perceber o que mudou e o que permaneceu na prática do sexo impessoal entre homens, considerando o impacto das mudanças na esfera macrossocial, com o advento do neoliberalismo e o surgimento de uma sociedade plataformizada, na expressão do desejo homossexual.

Este capítulo encontra-se dividido em quatro seções: na primeira, intitulada “Da histórica marginalização à privatização do desejo homossexual” apresento como mudanças no contexto social foram produzindo inflexões na expressão do desejo homossexual e na visibilização de homens gays.

Empreendo um percurso que parte da noção de gueto como reflexo histórico de um contexto em que as homossexualidades possuíam um lugar de marginalidade e que passa pela emergência do mercado e o início de um processo de segmentação de uma identidade gay e tem como ponto de chegada o surgimento de um “gueto virtual”, formado por sites de relacionamento e atualmente por aplicativos de busca de parceiros.

Na segunda seção “Instalando o aplicativo: a interface do *Grindr*” apresento uma visão geral do funcionamento da plataforma e suas funcionalidades. Nesta seção também discorro sobre algumas polêmicas envolvendo o aplicativo no que tange à privacidade e segurança de dados dos usuários.

Na terceira seção “Navegando no aplicativo: rituais de interação” apresento as dinâmicas de algumas interações acionadas pelos usuários. Elejo três categorias de análise que me ajudaram a pensar algumas formas de uso dos aplicativos de busca de parceiros: a relação com o tempo, a discricção e o imperativo da transparência presente nas expressões “Manda foto”/ “Manda nudes”/ “sem foto, sem papo”.

Na quarta seção “Os aplicativos como artefatos culturais pedagógicos” analiso como os aplicativos de busca de parceiros instituem pedagogias culturais e afetivas pautadas em modelos disseminados pela indústria em uma era digital, mas também por uma nova versão plataformizada do capitalismo. Analiso o perfil o perfil

Crônicas do *Scruff* como paradigmático para compreendermos como opera o currículo dessa pedagogia cultural.

### **3.1 Da histórica marginalização à privatização do desejo homossexual**

Muito tem se falado que os dispositivos de socialização amorosa e sexual do tempo presente têm tornado as relações mais líquidas e superficiais. Considerando essa constatação do senso comum, levanto as seguintes questões: De que maneira mudanças tecnológicas podem modificar a paisagem social? Será que as inovações tecnológicas são as únicas responsáveis por tais transformações ou elas constituem uma resposta do nosso tempo a um conjunto de transformações sociais mais amplas? Qual o lugar da tecnologia na modelação da nossa subjetividade e das relações sociais do tempo presente?

Essa subseção realiza um breve percurso entre a histórica marginalização da homossexualidade presente na dinâmica do sexo impessoal até a emergência da busca por parcerias sexuais por meio de artefatos culturais tecnológicos como os aplicativos de busca de parceiros. Esse exercício histórico-analítico visa empreender uma compreensão acerca das alternativas que homens gays inventaram diante das injunções sociais e históricas decorrentes da condição de marginalização da homossexualidade. Discorro também sobre como o sexo impessoal entre homens se tornou uma resposta a um contexto hostil de proibição da existência pública da homossexualidade e como ele foi sendo atualizado com o surgimento das redes sociais, em particular, dos aplicativos de busca de parceiros para encontros sexuais e amorosos. Pretendo compreender como, após quarenta anos da emergência do movimento homossexual no Brasil e com avanços conquistados no campo dos direitos e de maior visibilidade da homossexualidade através da mídia e da sociedade de maneira geral, modelos particulares de heterossexualidade e masculinidade continuam sendo as principais moedas de troca nas interações afetivo-sexuais entre homens.

Contar a história do sexo impessoal entre homens e a particularidade de sua dinâmica nos exige um esforço de compreensão do papel da heterossexualidade na cultura ocidental e de que maneira o dispositivo heterossexual tem organizado a dinâmica da vida social no Ocidente.

Conforme afirma Foucault (1977), a consequência da imposição histórica de um dispositivo da sexualidade no ocidente foi o controle dos corpos e prazeres das sexualidades consideradas dissidentes. A vida pública e suas instituições tornaram-se o espaço por excelência da heterossexualidade, resultando na interdição de outras formas de sexualidade. Segundo Foucault (1977), o que se convencionou chamar de sexualidade consistiu em um dispositivo histórico inventado no Ocidente, no contexto da modernidade, cujo intuito era viabilizar o projeto político moderno da nação. Por meio da domesticação do corpo individual e do corpo coletivo (população), do controle discursivo sobre o sexo por meio de práticas disciplinares de confissão e da apropriação científica da sexualidade, o sexo deixou de ser um assunto da igreja para se tornar uma questão de Estado.

Por meio da criação de um dispositivo da sexualidade, que envolvia práticas de conhecimento de si legitimadas pelo discurso científico vigente, a burguesia passou a exercer seu projeto político de controle e sua perpetuação no poder. Conforme Monteiro (2017, p. 87) afirma, “o dispositivo de sexualidade é um agenciamento político da vida criado pela burguesia, que tem como objetivo expandir infinitamente a força, a saúde, o vigor, a vida da própria burguesia e, assim, garantir a sua autoafirmação enquanto classe dirigente política, econômica e culturalmente.”

Esse processo de disciplinamento dos corpos e prazeres teve o intuito não só de viabilizar o projeto político da burguesia, mas também de conferir a ela um corpo, na medida em que “uma das formas primordiais da consciência de classe, é a afirmação do corpo.” (MONTEIRO, 2017, p. 88). Nesse sentido, pode-se afirmar que o corpo da classe hegemônica do século XVIII, passou a ser cuidado a fim de que manter seu valor diferencial. Regulando o corpo e a sexualidade burguesas através do dispositivo da sexualidade foi possível separar o normal do patológico, a norma do desvio, inviabilizando formas de vida que não se encaixavam ao padrão de racionalidade burguesa.

Foi, no contexto desse cenário de transformações, mais precisamente no século XIX, que surge o homossexual como uma identidade, uma categoria médico-científica, diferente do sodomita que vigorou nos séculos anteriores e que estava associado às práticas relacionadas aos considerados “crimes contra a natureza”. O sodomita era visto como um delinquente e seus atos estavam sob escrutínio jurídico que reunia sob essa classificação as várias tipologias de sexo não-procriativo. Segundo Foucault (1977), foram muitas as condições sociais que viabilizaram o

surgimento de uma identidade homossexual não sendo essa identidade mero produto de um desejo de um grupo, mas resultado de uma multiplicidade de inflexões históricas e sociais. Nesse sentido, em termos históricos e culturais, a vida pública para aqueles que se desviavam desse modelo de racionalidade personificado na heterossexualidade foi se tornando cada vez mais inviável, o que impôs a esses grupos estratégias de sobrevivência para garantir uma participação possível no ambiente familiar, escolar e laboral. Excluídos da vida social, os sujeitos considerados desviantes tiveram que inventar formas de vida alternativas para sobreviver.

A gramática do armário é um bom exemplo para se pensar como essas tensões são permanentemente negociadas e como não se trata de uma decisão puramente individual resolvê-las, já que envolve um maior ou menor grau de participação dos indivíduos na dinâmica da vida social. Como diz Adelman (2011, p.132), “estruturas e experiência íntimas se influenciam mutuamente e as pessoas por vezes respondem de maneiras criativas que manipulam ou subvertem hierarquias e formas profundamente desiguais de distribuição de recursos.” Durante muito tempo, identidades rejeitadas socialmente foram construídas na base da denegação, através da assimilação da norma heterossexual a fim de assegurar a integração e o reconhecimento social. Como afirma Miskolci com relação aos homens gays,

quanto melhor sucedidos em manter uma aparência heterossexual, mais seguros no emprego, no espaço público e no meio familiar. Essa aparência hétero é construída por meio de uma performance de gênero heterossexual e pela simulação convincente de sinais de uma sociabilidade pautada pelos rituais amorosos com pessoas do sexo oposto. É importante sublinhar que “o passar por hétero” não é uma opção, mas uma estratégia de sobrevivência em um contexto hostil. “Passar por” é uma performance contínua, reflexiva e que demanda um alto grau de autocontrole subjetivo e corporal dos sujeitos (MISKOLCI, 2017, p. 157-158).

Segundo Pollak (1987), a proibição da homossexualidade do espaço público resultou, entre os homossexuais, na separação entre a esfera da sexualidade do campo afetivo, cisão que, segundo ele, é “resultado da ausência de um cimento social e material que garante a manutenção das relações heterossexuais.” (POLLAK, 1987, p. 65). A ausência desse cimento social relegou os homossexuais à marginalidade. Destituídos do espaço público e da possibilidade de exercerem sua afetividade, homens gays tiveram de recriar suas existências nas bordas da sociedade

heterossexual, mas também “fora das pressões de relações estáveis e duráveis” (POLLAK, 1987, p. 65).

Essa instabilidade de base que orienta as relações homossexuais é avaliada por Hocquenghen (1980, p. 101) de forma positiva. Segundo ele:

A sexualidade bicha, os encontros nos parques e jardins, as boates e as praias (...) tudo isso não é um substituto, uma busca desesperada que objetiva preencher um vazio. Não somos instáveis, mas móveis. Não temos vontade de lançar âncora. Vamos derivar por aí afora.

Esse movimento de deriva que caracteriza historicamente o sexo impessoal paquera homossexual é analisado no clássico trabalho etnográfico “O negócio do michê: prostituição viril em São Paulo” desenvolvido pelo antropólogo argentino radicado no Brasil Néstor Perlongher. Elegendo como objeto de investigação o negócio da prostituição viril em São Paulo, Perlongher (1987) percorre as derivas da paquera homossexual, analisando os signos codificados que organizam aquele sistema de trocas. A deriva homossexual se configura como uma possibilidade de exercício de uma forma de existência socialmente negada. “A paquera consiste numa perambulação, mais ou menos prolongada, pelas áreas da cidade tendentes a serem transitadas por homens dispostos ao prazer e às diversões”. (PERLONGHER, 1987, p. 157).

Esse deslizar pelas ruas da cidade é marcado por um clima de incerteza e acaso, uma espécie de errância que orienta a busca, mas que não ocorre de maneira caótica, desorganizada, como nos ajuda a entender Perlongher. Essa organização racional da paquera exige um cálculo constante dos gestos e comportamentos, uma atenção ao código, que se modifica a depender do contexto das relações que os sujeitos sociais se encontram engajados. Essa mobilidade do código não deixa de considerar uma certa etiqueta que orienta as relações homossexuais, dentre as quais Pollak (1987, p. 57) destaca: “1) o desenvolvimento de um sistema de comunicação próprio, 2) o isolamento do ato sexual no tempo e no espaço, 3) a restrição a um mínimo de ritos de preparação ao ato sexual e 4) a dissolução da relação imediatamente após o ato.”

Essa atenção ao código organiza a dinâmica da paquera homossexual e é resultado de um processo de desterritorialização das relações homossexuais do espaço público. O código assegura um tipo de comunicação subterrânea, envolvendo

todo um sistema de sinais e gestos específicos e que são mobilizados pelos agentes de maneira calculada e circunstancial. Nesse sentido, a orientação das relações visando à maximização do rendimento (em número de parceiros e orgasmos) e a minimização do custo (a perda de tempo e o risco de recusa diante dos avanços) (POLLAK, 1987, p. 57) se dá como uma resposta a essa ausência de cimento social que torna viável socialmente formas de vida alternativas à norma heterossexual. Conforme sintetiza Perlongher (1987, p. 161):

[...] haveria, então, na paquera homossexual, dois grandes blocos constitutivos. De um lado, um desejo sexual aberto, profuso, que remete à ordem do acaso. De outro lado, esse desejo não é indiscriminado, mas agência para se consumir, um complexo sistema de cálculo de valores que se atribuem àquele que é capturado pelo olhar desejante, incluindo tanto expectativas sexuais quanto riscos de periculosidade.

Nesse sentido, a paquera homossexual “constitui uma estratégia de procura de parceiro sexual, adaptada às condições históricas de marginalização e clandestinidade dos contatos homossexuais” (PERLOGHER, 1987, p. 157). Aquilo que Perlongher chama de “organização do acaso” evidencia que a deriva é esse misto de imprevisibilidade e cálculo, onde tudo começa pelo olhar que passeia e capta no meio da multidão anônima o objeto de seu desejo<sup>36</sup>. A deriva homossexual pressupõe uma predisposição à aventura e ao risco que é classificada por um michê na pesquisa de Perlongher como um “acontecer na rua”.

Michel Pollak (1987), em seu estudo clássico sobre “A homossexualidade masculina e a felicidade no gueto” afirma que o gueto<sup>37</sup> gay, desde o seu surgimento, possui um funcionamento que lembra a imagem de um mercado, “no qual quando muito há apenas trocas de orgasmo por orgasmo” (POLLAK, 1987, p. 59), onde se verificam a expansão de estilos de vida bastante diversificados. O autor afirma que os locais de paquera, como bares, saunas, cinemas e restaurantes especializados e

---

<sup>36</sup>Nesse tipo de interação investigado por Perlongher, o desejo é pensado como agenciamento e não como categoria individual, como um atributo pertencente a um indivíduo. O desejo é produzido intersubjetivamente como resultado de tensões de forças que atravessam diretamente o corpo social.

<sup>37</sup> O termo gueto gay constitui uma categoria espacial e simbólica que considera tanto a existência de um espaço físico como também dos sujeitos sociais que participam dessa dinâmica de trocas. Esse termo pode ser melhor visualizado no conceito de código-território desenvolvido por Perlongher ao estudar o negócio da prostituição viril em São Paulo. A noção de gueto é móvel, pois o uso de determinados códigos de etiqueta da paquera são contextuais, ou seja, podem modificar de uma situação para a outra. Por isso, a opção de Perlongher de abrir mão da noção fixa de identidade homossexual por territorialidade pelo seu caráter flutuante.

parques, constituem nas instituições-chave da vida homossexual. Esses espaços além de serem resultados de condições históricas de marginalização constituem em lugares de criação de um *ethos* gay, de cultura homossexual alternativa.

A formação do que se convencionou chamar de gueto<sup>38</sup> gay se deu então como resposta a esse processo de interdição à manifestação da afetividade por pessoas do mesmo sexo no espaço público, mas também configurou como uma possibilidade criativa de invenção de modos de vida alternativos à norma heterossexual, viabilizando a criação de uma cultura gay. Segundo Simões e França (2006, p. 1), o gueto homossexual

refere-se a espaços urbanos públicos ou comerciais – parques, praças, calçadas, quarteirões, estacionamentos, bares, restaurantes, casas noturnas, saunas – onde as pessoas que compartilham uma vivência homossexual podem se encontrar. No artigo original, argumentava-se que o “gueto” é importante na medida em que proporciona um ambiente de contatos no qual as pressões da estigmatização da homossexualidade são momentaneamente afastadas ou atenuadas. Nessas condições, o “gueto” não somente amplia a oportunidade de encontrar parceiros e viver experiências sexuais, mas também pode contribuir decisivamente para reduzir os sentimentos de desconforto e culpa em relação à própria sexualidade, reforçar a auto-aceitação do desejo e, eventualmente, a disposição para “assumi-la” em âmbitos menos restritos.

França e Simões destacam dois fatores que alteraram a mudança da percepção das expressões culturais, sociais e políticas da homossexualidade, que são o impacto da o impacto social da epidemia HIV-Aids e a importância do mercado na promoção e difusão de imagens, estilos corporais, hábitos e atitudes associados à política de identidades e às emergentes culturas identitárias homossexuais. Esse segundo fator foi responsável por uma expansão e diversificação do gueto que se deu a partir do surgimento de espaços comerciais como saunas, bares e boates. Todo esse processo de ampliação do gueto culminou na emergência e na expansão do que eles chamam de gueto virtual.

---

<sup>38</sup> “É importante ressaltar que essa concepção de “gueto” enfatiza mais sua dimensão política e cultural, de “espaço público”, do que propriamente um território delimitado por uma forma específica de ocupação e utilização. Até porque “gueto”, na cidade de São Paulo (como em outras grandes cidades no Brasil), não corresponde a um espaço fixo marcadamente segregado, de frequência exclusiva ou predominantemente homossexual – como seria, por exemplo, o caso paradigmático de San Francisco. O que chamamos de “gueto” é algo que só pode ser delimitado ao acompanharmos os deslocamentos dos sujeitos por lugares em que se exercem atividades relacionadas à orientação e à prática homossexual”

Esse período histórico de chegada da internet é descrito por Miskolci (2017) como sendo marcado por uma politização da vida íntima que, somada às transformações trazidas pelas mídias de comunicação de massa, como o cinema e a televisão, e de outras tecnologias como o telefone e o carro colocaram o ambiente doméstico em contato com o mundo externo, ampliando a velocidade das relações, mas também oferecendo outras imagens de reconhecimento sobre como amar e desejar. “O ingresso das tecnologias comunicacionais nos lares e rotina cotidiana não se deu sem impactos nas subjetividades, sobretudo para grupos historicamente subalternizados, como mulheres e homossexuais” (FISCHER, 1992; RAKOW, 1992; FRISSEN, 1995; COCKS, 2004; FERREIRA, 2017 apud PADILHA, 2019, p. 65).

Ao analisar a história das buscas por parceiras amorosas entre pessoas do mesmo sexo, Padilha identifica os anúncios públicos em busca de cônjuges como sendo “uma prática tão antiga quanto a invenção da imprensa” (PADILHA, 2019, p.36). Ele afirma que esses anúncios funcionaram como uma versão analógica da função desempenhada atualmente pelos aplicativos.

Segundo Padilha (2019), os antigos telefones fixos lançaram as bases de uma tecnologia da sexualidade a partir do desenvolvimento de uma imagem acústica. Os “tele-fantasia” ou “disque-namoro” consistiam em serviços comerciais, via telefone, destinados a homens adultos, que surgiram no Brasil na primeira metade da década de 1990. A experiência de Júnior, interlocutor desta pesquisa nos ajuda a reconstituir o contexto de popularização dessas mídias já no início dos anos 2000 e de como elas moldaram a subjetividade e a sexualidade de homens gays.

Júnior é estudante de biblioteconomia da UFC. Ele mora com a mãe e a irmã no bairro João XXIII, um bairro de periferia de Fortaleza. Quando começamos a conversar, reconheci sua fisionomia de quando ele ainda era estudante do curso de música, no Instituto de Cultura e Arte, no período em que eu cursava Design de moda.

Em nossa conversa, ele me disse que baixara o aplicativo no fim de 2018, mas que já havia utilizado no ano de 2013, em um período, segundo ele, de “febre” no uso desses aplicativos no Brasil. Disse-me que parou de utilizar depois que iniciou um relacionamento, ficando um tempo “na sua” e retornando depois de quase cinco anos. Ele relata que, no início, apresentou dificuldades enquanto usuário, pois ainda

era do tempo do *chat* de encontros do UOL<sup>39</sup> e já estava acostumado com o tipo de interação viabilizado por aquela plataforma. Segundo Miskolci (2017, p. 248):

Os aplicativos são plataformas que sintetizam funcionalidades das que os precederam: os bate-papos e os sites. Eles unem a centralidade visual do perfil com foto (alguns também com álbuns ou associados a outros aplicativos como o Instagram)- portanto parecem uma versão aprimorada dos anúncios de busca de parceiros dos sites com Manhunt e Disponível. com – com a funcionalidade do bate-papo (ou chat) em versão individualizada, já que é possível trocar mensagens privadas apenas com o usuário que o interessa. Por fim, une essa síntese das plataformas mais antigas a geolocalização- que permite reconhecer a que distância está de parceiros em potencial – com a portabilidade, já que é usado especialmente pelo *smartphone*.

Junior moldou sua vida afetiva, seu modo de vivenciar a sua homossexualidade e a sua própria subjetividade através de experiências online, onde a conversa detinha um papel importante nas formas de interação. Segundo ele, o aplicativo, através do formato objetivo da plataforma, enquadrava as interações em um formato sintético, tornando a paquera apressada e dificultando o desenvolvimento de uma conversa.

Junior baixou o aplicativo a primeira vez em 2013, com o intuito de conversar com as pessoas. Ele aprendeu a paquerar com outros homens através do bate-papo UOL. Foi nesse espaço que desenvolveu suas primeiras experiências afetivas com outros homens. Segundo ele, esses locais viabilizavam a construção de um diálogo. No bate-papo da UOL, ele conheceu pessoas, fez amizades e teve encontros presenciais. Junior vem de uma época onde era comum, entre os homens que se sentiam atraídos por outros homens e que tinham acesso às tecnologias desenvolverem uma estratégia virtual de paquera: acessar o *MSN* escondido (ou dispor de duas contas), possuir uma conta específica no *Orkut* para conversar com outros homens e acessar conteúdo erótico na *internet*. Ele me conta que a primeira

---

<sup>39</sup> Plataformas como bate-papos do UOL, Bol e Terra e sites de relacionamento como Disponível.com e Manhunt que eram utilizados por meio de computador ligado à linha telefônica podem ser consideradas mídias que lançaram as bases dos atuais aplicativos de busca, o que nos leva a afirmar que as interações entre homens em aplicativos de busca não consistem em um tipo de sociabilidade inaugural. Os bate-papos e sites de encontro possibilitaram uma interação mais textual, embora houvesse nos primeiros o recurso da web cam e nos segundos a possibilidade de expor fotos pessoais. Essas formas atuais de interação se inserem em tipos de sociabilidade masculinas preexistentes, originadas por necessidades e interesses offline, conforme afirma Miskolci (2011, p. 15), “a busca de parceiros online se insere em uma história anterior, off-line, à qual só tive melhor acesso por meio de fontes históricas e socioantropológicas”.

vez que criou um perfil em um aplicativo ainda não era assumido e, por isso, não colocou foto. Essa tática foi e continua sendo mobilizada por ele a fim de evitar sua exposição.<sup>40</sup>

Quando eu era mais novo era muito mais fácil conhecer um cara, conversar, ir a um cinema, namorar, mas hoje em dia é tudo tão fácil, tão rápido, tão raso. Antigamente, no bate papo UOL, no Orkut, MSN, as pessoas eram mais propensas a conversar, ir a um cinema, a socializar. O app aproxima mais as pessoas, mas eles têm mudado esse sentido de encontro. (Trecho de entrevista com Júnior retirada do diário de campo)

Junior começou a frequentar essas boates no ano de 2010, mas se sentia muito mal em ambientes LGBTs, pois enxergava esses locais como sendo espaços de muito julgamento. Atualmente, ele diz não frequentar mais boates. Ele afirma que a diferença entre paquerar em uma balada e no aplicativo é que se a pessoa sendo gorda está em uma balada e paquera com um cara, ele só vai virar a cara ou rir, mas, no aplicativo, ele não vai ter vergonha de xingar e de ofender. Segundo ele, “por trás da tela do celular, as pessoas não têm medo de serem cruéis.”

Isadora Lins França em sua tese de doutorado intitulada “Consumindo lugares, consumindo nos lugares: homossexualidade e consumo e subjetividades na cidade de São Paulo” empreende uma análise acerca de diferentes formas de sociabilidade gay focando seu campo empírico em três espaços frequentados por públicos gays distintos: a The Week, a Ursound e Boteco do Caê. Partindo de uma perspectiva do consumo, a autora, analisa como esses lugares produzem certos tipos de identidades articuladas por meio de marcadores da diferença, como gênero, classe social, idade, cor/raça. Segundo a autora, “o mercado voltado para gays não responde a demandas de um “grupo social pré-existente”, mas contribui para a produção mesma de sujeitos, categorias de identidade e estilos.” (FRANÇA, 2010, p.3). Ou seja, é o mercado, a partir de sua expansão, diversificação e segmentação quem produz esses estilos e identidades.

Partindo desta constatação é possível afirmar que o mercado dos aplicativos tem posto em evidência a existência de diferentes mercados em fricção, além do mercado afetivo-emocional (objeto de investigação desta tese) que se organiza a partir da ideologia do empreendedorismo. Embora se verifique uma

---

<sup>40</sup> A ausência de foto no perfil também pode funcionar como um elemento de preservação da autoestima dos usuários que não se sentem seguros com relação às suas autoimagens e que sabem que expor suas fotos nos perfis implica estar sujeito ao escrutínio de outros usuários.

diversidade de usos nos aplicativos, a maioria deles se organiza, de maneira expressa ou tácita, pela lógica do empreendedorismo. Embora durante o campo eu tenha tido notícias de que usuários utilizavam os aplicativos para o comércio de drogas (utilizando a sigla F1 para a maconha e o símbolo de um raio para fazer referência a cocaína) não consegui desenvolver contato com nenhum desses usuários. Nesses contatos breves, o que pude constatar foi a existência de usuários que estavam em busca de interagir com outros usuários a partir da combinação sexo e droga.

Observei também uma mudança com relação ao início do campo, em 2018. O aumento significativo de pessoas trans (tanto homens como mulheres). Entrei em contato com algumas. Em uma de minhas investidas, me deparei com a seguinte mensagem de uma mulher trans que era usuária do Grindr: “o que te faz achar que posso compartilhar minhas convicções sobre a pauta que vem de vivências muito foda do meu corpo enquanto travesti pra contribuir na sua formação como homem branco?”. Tentei explicar meu ponto de vista enquanto pesquisador, mas não obtive sucesso. Fui silenciado. Aos poucos, fui percebendo, na minha própria experiência como pesquisador, a força de uma expressão comumente descrita em alguns perfis e propagada por muitos usuários: “silêncio também é resposta”. Nos afetos digitais, a lacração, como sinônimo de palavra final e o cancelamento são expressões desse indivíduo que se percebe no controle da interação. Entendi e respeitei o silêncio dela, afinal de contas, eu não me sentia preparado (por não dispor de material empírico e de uma vivência maior com esses sujeitos, nem com relação a bibliografia sobre a experiência de pessoas trans no Brasil) para pensar a singularidade dessas experiências.

No que tange ao mercado sexual, encontrei alguns usuários que se classificavam como acompanhantes, embora tenha me parecido que esse termo é historicamente datado, não sendo muito utilizado nas formas de autovendagem destes usuários nos aplicativos. Foi mais comum encontrar os termos “packs de nudes”, “faço com agrado”, “manda pix” e usuários buscando outros para gravarem conteúdos. Encontrei massagistas que ofereciam seus serviços de massagem por meio de pacotes “flexíveis”: tanto o valor podia ser negociado, como o que o serviço poderia incluir. Além de massagistas, pude observar também perfis de outros profissionais liberais como barbeiros, *ubers* e entregadores do *Ifood*. Essa profusão de trabalhadores que exercem funções laborais precárias e que pude encontrar compondo a paisagem dos aplicativos confirmava o meu *insight* analítico que aposta

na relação entre as expressões atuais do mundo do trabalho com as do mundo dos afetos e da sexualidade masculina como efeito de uma sociedade marcada por trabalhos precários e frágeis e por investimentos altos na produção de uma personalidade otimizada nos indivíduos.

Além destes perfis que sinalizavam mudanças no cenário laboral, pude visualizar muitos perfis de casais ou de usuários que diziam explicitamente ter uma relação aberta. Encontrei, inclusive, mais de um casal heterossexual que buscava experiências a três. Além de casais que caçam juntos ou perfis individuais que buscam experiências a três, verifiquei a existência de homens heterossexuais (casados ou não) que utilizavam os aplicativos de maneira esporádica e na maioria das vezes visando um fim específico e imediato: sexo casual ou pegação naquele momento. Conversei com alguns desses usuários e pude observar a tensão que alguns vivenciavam. Instalar e desinstalar o aplicativo, colocar senhas no celular, evitar enviar fotos de rosto no momento de uma interação, dentre outros modos de autogerenciamento.

Essa flexibilização experimentada no campo da sexualidade e dos afetos revela mudanças nas formas de se relacionar, novas expressões da conjugalidade que não estão descoladas das mudanças operadas no mundo do trabalho e do consumo. O imperativo da flexibilidade, de abertura e desapego compõe a gramática de uma “nova arquitetura institucional” da qual analisa Sennett (2018) e que discuti no capítulo 2.

Exige-se, no presente, que homens e mulheres tenham habilidades múltiplas para sustentar relações afetivas: serem amantes libertos e abertos a novas experimentações, que dizer, que tenham acumulado experiências sexuais, o que, para as mulheres, pode ser um fator desabonador. Espera-se que sejam, ambos, “bem resolvidos” emocionalmente. Espécie de eufemismo para sugerir que a pessoa saiba lidar com as frustrações sem transferir para o outro a culpa por suas fragilidades emocionais. (PELÚCIO, 2019, p. 201).

A expressão ser “bem resolvido” apareceu tanto na descrição do perfil A fim? Lê aí como no relato de Márcio que afirma buscar alguém “bem resolvido” em todas as esferas da vida. Ser “bem resolvido” ou desejar alguém “bem resolvido” para se relacionar é um modo implícito de dizer: “quero me relacionar, mas não quero ter trabalho. Cuide de você que eu cuido de mim.” Nesse arranjo relacional, não há um nós, mas somente eu e você. O desejo por “alguém bem resolvido” ou por uma relação leve ou por um amor tranquilo é uma expressão do indivíduo contemporâneo e dos

seus altos investimentos na produção de si. Um indivíduo que investiu tanto em si (em seu corpo, sua imagem e sua carreira) que não aceita se relacionar com alguém que seja “menos do que ele” e que atrapalhe o seu “desenvolvimento pessoal”. Ser “bem resolvido” também é uma expressão que tem marcas de gênero, de classe social e de cor de pele. Ser bem resolvido consiste em um imperativo do neoliberalismo e um chamamento para os indivíduos investirem neles mesmos como forma de obter um valor social no contexto de uma sociedade em que os indivíduos precisam constantemente provar o seu valor através de um investimento alto na produção de sua personalidade. Ser “bem resolvido” é um modo de ser aberto as experimentações, flexível as mudanças, em busca do aprimoramento pessoal como um caminho para o sucesso. Ser “bem resolvido” é uma expressão do espírito de competição que rege as subjetividades neoliberais.

Esse “laissez-faire” romântico aposta em uma “mão invisível” que regularia o relacionamento, permitindo que este se desenvolva a partir de autoregulação fantasmática. Para Pierre Dardot e Christian Laval (2016), o neoliberalismo é uma “racionalidade” que estrutura subjetividades competitivas, o que leva a um egoísmo social, que dizer, enfraquecem-se as solidariedades, o que faz do outro antes um concorrente do que um/uma parceir/a. De forma que as relações se ordenam a partir de um modelo de mercado, instando o indivíduo a comportar-se como um empreendedor/a, mesmo na esfera íntima. (PELÚCIO, 2019, p. 182).

A partir da fala de Júnior, podemos inferir a existência de duas épocas com padrões de interação diferentes. Conforme afirma Mbembe (2014), o desenvolvimento das tecnologias encontra-se vinculado ao avanço do neoliberalismo. Para esse autor, o neoliberalismo consiste em uma fase da história da Humanidade dominada pelas empresas do vale do Silício e pelas tecnologias digitais (MBEMBE, 2014, p. 13). Assim sendo, cabe vincular, portanto, o desenvolvimento dos aplicativos com uma sociedade neoliberal.

A lógica individualizante das interações sociais, experimentada por homens nos aplicativos de busca, encontra suas raízes na emergência de uma sociedade neoliberal e no processo de democratização do acesso à internet que transformou o estatuto da comunicação, que deixou de ser monopolizada por um único emissor e tornou-se mais interativa e dinâmica. A nossa conversão de “meros leitores” ou “espectadores passivos” em produtores de conteúdo produziu mudanças em nossa experiência subjetiva e social. Conforme afirma Sibilía (2016), o século XX inaugurou os meios de comunicação de massa, baseados em tecnologias eletrônicas e a

incorporação dessas mídias em nossa vida cotidiana, implicou em mudanças nas formas de se comunicar. São mudanças no padrão de comunicação que tornou a comunicação descentrada. O surgimento das mídias eletrônicas e, posteriormente, da internet 2.0, tornou as comunicações mais interativas, elegendo-nos como as personalidades do momento.

Primeiro foi correio eletrônico, uma poderosa síntese entre o telefone e a velha correspondência, que se espalhou com força nos últimos anos do século XX, incrementando enormemente a quantidade e a agilidade dos contatos. Em seguida, popularizaram-se os canais de bate-papo ou chats, simbolizados pelo bem-sucedido *ICQ*, que logo evoluíram nos sistemas de mensagens instantâneas do tipo *MSN* ou *Hangout* e nas populares redes de interação social como *Orkut*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Linkedin*, *Instagram*, *Pinterest* ou *Snapchat*. Paralelamente, surgiram os sites que facilitariam o compartilhamento de vídeos caseiros, uma categoria na qual se destacou *YouTube*; não por acaso, após ter conquistado milhões de usuários em pouquíssimo tempo e ter sido comprado pela empresa *Google* por um montante que virou notícia, a mesma revista *Time* lhe concedeu o título de “invenção do ano” em 2006. Outra vertente é constituída pelos aplicativos móveis como *Whatsapp*, que acabaram convertendo as chamadas telefônicas em raridades quase obsoletas, substituindo-as por um diálogo permanente que se digita na tela do aparelho celular e costuma vir ilustrado com fotos, vídeos ou sons (SIBILIA,2016, p. 19).

As diversas mídias virtuais de comunicação são analisadas por Paula Sibilia em sua pesquisa sobre a espetacularização da intimidade contemporânea. De fato, a autora empreende uma genealogia das tecnologias digitais. Ela afirma que o e-mail instituiu um padrão de interação de tipo diacrônico, onde as pessoas não se sentiam exigidas a responderem de imediato uma mensagem recebida. Isso produzia efeitos tanto na forma de conceber o tempo, como a si mesmo, bem como nas relações com o outro. Hoje, mídias virtuais, como *Whatsapp*, introduziram um tipo de comunicação de tipo sincrônico. Para a autora, essa comunicação produziu efeitos consideráveis na subjetividade e na forma das pessoas se relacionarem umas com as outras. Ademais, essa forma de comunicação expressa um novo modo de conceber o tempo, que se tornou aligeirada, reproduzindo a própria liquidez do capital nos processos de acumulação rentista.

A constatação de Junior sobre as formas contemporâneas de interação, produzidas pelas plataformas de busca de parceiros, é que essas mídias mudaram o

sentido convencional do encontro. Júnior recupera, com um certo saudosismo, uma época em que as pessoas podiam desenvolver conversas mais densas, levando em consideração certas etapas do processo de conquista, um tempo onde a sexualidade parecia ainda não ser o assunto central da interação. Ele recupera, em seu discurso, uma época onde as tecnologias não eram tão interativas como hoje, um período anterior à intensa participação dos usuários como criadores de conteúdos nas redes, padrão hoje dominante. O saudosismo, presente no discurso de Júnior, diz muito acerca do modo como muitos usuários estão lidando com seus afetos. Carlos, um outro usuário, explicita essa mudança no roteiro do flerte.

Eu acho que sim a gente se aproxima de pessoas, de outros homens, primeiramente, pelo impacto do corpo, pelo visual. Você tá tomando uma cerveja no Paraíba (bar local), passa um boyzinho e fica: "Nossa que delícia!" [risos]. Sim, é sim. Só que eu acho que quando você tá no Paraíba você não vai chegar na pessoa e falar: "ei você quer curtir"? Não. Você vai tipo... Troca de olhares, depois você chama a pessoa para tomar uma cerveja contigo na tua mesa, ou a pessoa te chama e vocês vão bater um papo, entendeu? Então, assim, as coisas acontecem assim e não é só entre os gays. Eu acho que toda paquera se inicia sim por causa dos corpos. Mas tem ambiente que o papo pode ser mais direto, que é o caso dos aplicativos, que você vai falar: "olha, estou querendo teu corpo" e ficar e você vai, não é que as coisas vão acontecer que vai rolar um papo né. É isso. (Trecho de entrevista com Carlos retirada do diário de campo)

A produção e popularização dos chamados “telefones inteligentes”, na segunda década do século XXI, unindo visibilidade e conexão, dois vetores importantes da sociedade contemporânea, foi responsável por “dar vazão às peculiares demandas e ambições que articulam as subjetividades contemporâneas, bem como ao tipo de sociabilidade por elas alicerçada” (SIBILIA, 2016, p. 21). O surgimento de uma versão mais interativa da internet, transformou os usuários em co-desenvolvedores de diferentes iniciativas mercadológicas, inclusive no mercado afetivo-sexual. A partir de então, as pessoas passaram a criar e compartilhar ideias, desejos, performances, emoções, transformando o processo de produção, disseminação e consumo de informações.

É importante que se diga que todo desenvolvimento tecnológico não é responsável por si só por criar mudanças nas formas sociais e subjetivas de uma época. Os suportes tecnológicos são resultados de uma demanda social e de processos históricos complexos. Para Sibilía (2016, p. 25), “as tecnologias são inventadas para desempenhar funções que a sociedade de algum modo solicita e para

as quais carece das ferramentas adequadas”. Assim, a tecnologia, por si só, não é a causa determinante de mudanças sociais e subjetivas, mas configura-se como uma resposta para atender às necessidades desenvolvidas pelas pessoas nos últimos tempos.

A fim de compreender a emergência de um contexto caracterizado pelo excesso de visibilidade e pela conexão perpétua e os efeitos disso nos modos de ser de uma época, Sibilia (2016) analisa o percurso histórico que culminou com mudanças na subjetividade dos indivíduos. A forma atual de exercício do poder encontra-se apoiada nas tecnologias eletrônicas e digitais. Han (2020) nomeia essa expressão do poder de poder inteligente que, diferentemente do poder disciplinar, atua como psicopoder. Para ele:

A virada para psique e, em consequência para a psicopolítica, também está relacionada a forma de produção do capitalismo atual, pois ele é determinado por modos imateriais e incorpóreos. São produzidos objetos intangíveis, como informações e programas. O corpo como força produtiva não é mais tão central como na sociedade disciplinar biopolítica. Em vez de superar resistências corporais, processos psíquicos e mentais são otimizados para o aumento da produtividade. O disciplinamento corporal dá lugar à otimização mental (HAN, 2020, p. 40).

Esse novo capitalismo, inaugurado com a sociedade de controle, conjuga os códigos do espetáculo midiático com a lógica empresarial, instituindo as regras do mercado para todos os domínios da vida. O projeto de publicidade, inaugurado pelo *Facebook* e, ampliado pelos aplicativos, é apresentado para a mídia de massa como uma ferramenta capaz de converter cada membro da rede num eficaz instrumento de *marketing*, sendo decisivo para o processo de reconfiguração social e subjetiva das pessoas. De fato, essa ferramenta utilizada massivamente faz parte do processo de ressignificação da lógica do encontro experimentado, por Junior, em suas buscas por parceiros nos aplicativos.

O surgimento dos aplicativos de pegação se dá no contexto do que tem se chamado de plataformização da sociedade que consiste na crescente disseminação e utilização das tecnologias móveis em diversos setores da vida social, como transporte, alimentação, transações bancárias, interesses laborais, buscas de relacionamento, dentre outros.

Para Miskolci (2017) e Padilha (2019), as interações viabilizadas pelos aplicativos de busca de parceiros possuem uma história que compreende desde as

práticas do *cruising*<sup>41</sup> *gay* que caracterizavam a dinâmica do sexo impessoal investigado por Perlongher no contexto dos anos 1980 aos bate-papos e sites de busca de parceiros que transformaram a paquera em uma experiência individualizada e anônima, ampliando as redes relacionais seletivas que o antigo mercado GLS já havia instituído.

Ferreira e Miskolci (2020) ao estudarem as mudanças nos critérios de buscas de parceiros no contexto paulistano, elegem a epidemia do HIV-aids como marco de um conjunto de transformações experimentadas nos processos de negociação individual e coletiva do desejo homossexual.

Ao avaliar historicamente os períodos pré e pós epidemia, eles afirmam que “a busca de homens paulistanos por parceiros do mesmo sexo revela uma economia desejante moldada por expectativas de aceitação coletiva”. (FERREIRA; MISKOLCI, 2020, p. 11) pautada no afastamento dos estigmas sociais e na atribuição ao outro de características das quais se deseja afastar (FERREIRA; MISKOLCI, 2020).

Segundo os autores, esse comportamento ainda molda as buscas no contexto da “nova economia desejante” haja vista a ordem social ainda ser heterossexual. Ao discorrerem sobre “a nova economia digital do desejo”, Ferreira e Miskolci (2020, p. 10) afirmam que:

o imperativo da busca continua a ser o afastamento de prováveis estigmas, quer seja pela partilha de códigos e formas de desejar socialmente reconhecidas quer seja pela recusa de pessoas com as quais os sujeitos seriam lidos publicamente como homossexuais. (FERREIRA; MISKOLCI, 2020, p. 10).

Uma mudança que a internet trouxe na dinâmica do sexo impessoal entre homens foi a expansão das possibilidades relacionais, conectando pessoas de diferentes lugares, classes, idades, assim como colocou em circulação representações mais plurais acerca das homossexualidades. Se, na experiência de homens que buscavam se relacionar amorosa e sexualmente com outros homens, a adesão aos bate-papos e sites de busca significou uma saída para lidar com o terror da AIDS que ceifou a vida de muitos gays no contexto dos anos 1980, essa mesma

---

<sup>41</sup> Pegação ou cruising se refere ao ato de ir a um local para realizar flerte, paquera, namoro e jogos de insinuação com pessoas desconhecidas, comumente entre homens.” Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Pega%C3%A7%C3%A3o>. Acesso no dia 02 de maio de 2023.

adesão abriu espaço para o exercício de uma agência desejante por parte desses homens que antes tinham que ocultar o seu desejo e sua sexualidade.

Segundo Miskolci (2017) no que tange a expressão do desejo homossexual embora tenhamos experimentado muitas mudanças alcançadas pelo movimento homossexual no que tange às formas de reconhecimento que ampliaram os horizontes aspiracionais de homens gays ainda se verifica “a necessidade de codificar o flerte entre homens a fim de evitar retaliações sociais” (MISKOLCI, 2017, p. 25).

Miskolci e Pelúcio (2008) afirmam que a despeito das mudanças no que tange à visibilidade homossexual há um elemento de permanência na dinâmica dos aplicativos: a reverência à masculinidade hegemônica referenciada nos valores da heterossexualidade.

Dorsos fortes, bíceps inchados, membros dilatando o jeans apertado, ícones da michetagem que Perlongher analisou, servem agora de identidades iconográficas em páginas de sites de relacionamento, em que rapazes viris oferecem seus corpos marcados pelo excesso. Uso hiperbólico que denuncia, mas ainda assim pode ser lido como reverência à heterossexualidade. (MISKOLCI; PELÚCIO, 2008, p. 18).

Assim, o *cruising* que marcou as primeiras formas de flerte homossexual se deu em um contexto de perseguição da homossexualidade, onde a ordem heterossexual ainda não havia sido questionada. Atualmente, vive-se um tempo marcado por questionamentos da ordem social seja pelos femininos, pelo movimento negro e pelo movimento gay, o que tem impactado diretamente nos modos de expressão do desejo homossexual. Contudo, assiste-se também o recrudescimento de um tipo de masculinidade hegemônica fortemente ancorada na violência e na misoginia.

### **3.2 Instalando o aplicativo: a interface do *Grindr***

O aplicativo é um fenômeno mundial, ou seja, faz parte das invenções da cultura gay urbana. O aplicativo é uma peça dos dispositivos da sexualidade inventados no Ocidente. Ele viabiliza no contexto de uma sociedade neoliberal uma racionalização da busca e uma objetivação da emoção que se exaure no tempo da própria busca, um fenômeno que podemos chamar de obsolescência programada

desejo, um novo tipo de aprendizagem do desejo mediado pela tecnologia. Esse tipo de aprendizagem do desejo que os aplicativos de busca de parceiros viabilizam é caracterizado pelo aumento de possibilidades de interação, pela possibilidade de estabelecer interações controlando o grau de exposição de si e do aumento da segmentação dos perfis e dos gostos.

O *Grindr* se apresenta como “o maior aplicativo de rede social do mundo para homens gays, bissexuais, pessoas trans e queer”. A interface do aplicativo consiste em uma grade onde os perfis ficam localizados lado a lado, seguindo o critério da geolocalização. O aplicativo foi lançado em 2009 e é utilizado praticamente em todos os países do mundo e contém mais 27 milhões de usuários ativos. Em 2016 a empresa chinesa Beijing Kunlun adquiriu a participação majoritária no aplicativo por US\$ 93 milhões, tendo comprado o restante em 2018. O Comitê de Investimentos Estrangeiros nos Estados Unidos considerou a venda uma ameaça à segurança nacional na medida em que o aplicativo detém informações pessoais de muitos cidadãos americanos. “Em maio de 2019, a Kunlun anunciou ter assinado um acordo com o Comitê para Investimentos Estrangeiros nos Estados Unidos (CFIUS). Nele, comprometeu-se a vender o app até junho de 2020, sem explicar as razões de sua decisão”<sup>42</sup>. Em 2021, a Reuters, agência de notícias britânica, revelou que a empresa chinesa “permitiu que seus engenheiros acessassem dados pessoais de milhões de americanos, incluindo mensagens privadas e status de HIV”<sup>43</sup>. Nesse mesmo ano, a empresa foi multada pelo governo norueguês em 70 milhões de reais devido ao compartilhamento indevido de informações de cunho privado dos usuários. Hoje, a empresa pertence a San Vicente Acquisition LLC.

---

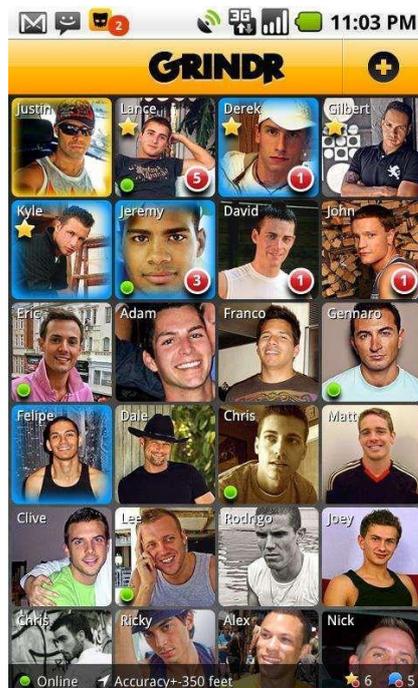
<sup>42</sup> Disponível em:

[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2020/03/07/interna\\_mundo,832772/pressionado-pelos-eua-grupo-chines-vende-app-de-encontros-grindr.shtm](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2020/03/07/interna_mundo,832772/pressionado-pelos-eua-grupo-chines-vende-app-de-encontros-grindr.shtm). Acesso em: 17 out. 2022.

<sup>43</sup> Disponível em:

<https://tecnoblog.net/noticias/2020/03/06/grindr-e-vendido-por-dono-chines-apos-acusacoes-dos-eua/>. Acesso em: 17 out. 2022.

Figura 4 - Imagem ilustrativa da interface do Grindr



Fonte: Meio Bit<sup>44</sup>.

Ao baixar o aplicativo, é necessário preencher o perfil a fim de que o usuário possa interagir com outros usuários. Para obter seu perfil, cada usuário precisa responder uma espécie de questionário presente na seção editar perfil. Ao todo, são 6 seções. São elas: Na primeira “seção” o usuário disponibiliza informações gerais sobre ele, como Nome de Exibição, Sobre mim (aqui o usuário dispõe de 255 caracteres para falar de si) e as Minhas Tags (espaço onde ele pode adicionar palavras-chaves que auxiliam seu reconhecimento por outros usuários que tenham interesses em comuns com os seus e orientam suas buscas.

A segunda “seção” Estatísticas contém informações como idade, altura, peso, porte físico (torneado, comum, grande, musculoso, magro e parrudo), posição (ativo, versátil + ativo, versátil, passivo, versátil+ passivo, sem penetração), etnia (asiático, negro, latino, árabe, mestiço, indígena, branco, sul asiático, outro), relacionamento atual (comprometido, ficando, noivo, exclusivo, casado,

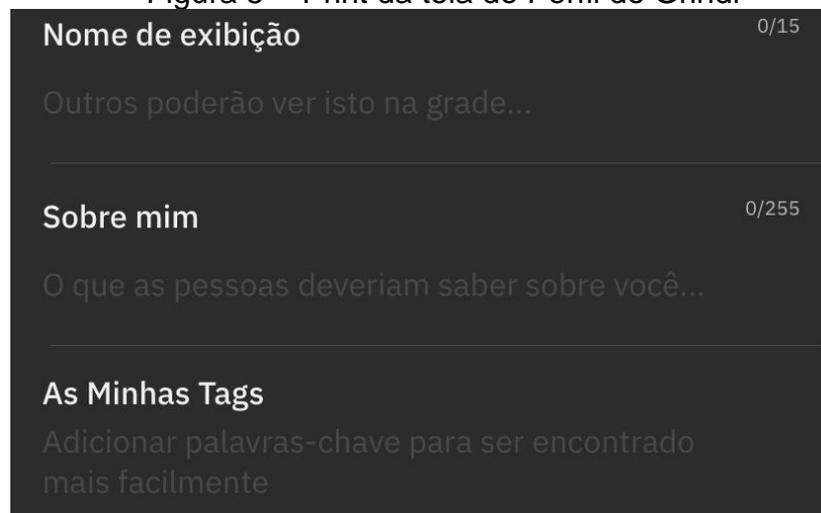
<sup>44</sup> Disponível em: <https://meiobit.com/arquivo/96155/grindr-aplicativo-gay-faz-sucesso-na-app-store/>. Acesso em: 17 out. 2022.

relacionamento aberto, com parceiro, solteiro), minhas tribos (urso, elegante, daddy/papai/ discreto, nerd, atlético, couro, lontra, soropositivo, rústico, trans, garotos, sóbrio).

A terceira “seção” Expectativas é dividida em 3 subseções: em busca de (conversa, namoro, amigos, contatos, relacionamento, agora), local de encontro (minha casa, sua casa, bar, cafeteria, restaurante) e aceitar fotos NSFW (nunca, não no começo e sim, por favor).

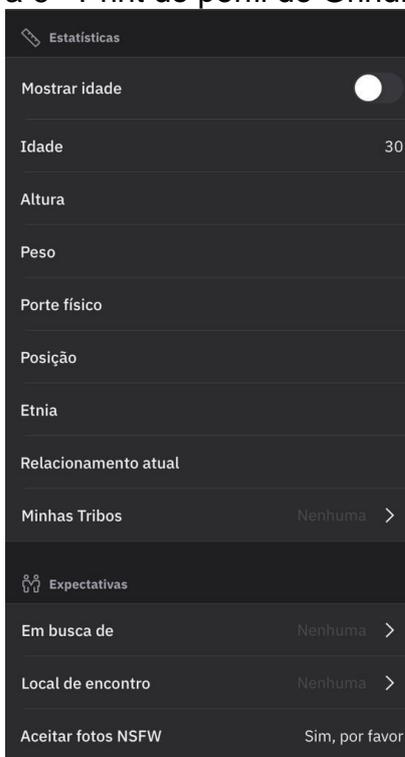
A quarta “seção” Identidade é dividida em duas subseções: sexo (homem, homem cis, homem trans, mulher, mulher cis, mulher trans e não-binária) e pronomes (ele/dele, ela/dela, elu/delu, ile/dile, zer/zir/zirs, use apenas o meu nome e me pergunte). A seção Saúde é dividida em Exame de HIV, último exame, lembretes de teste, perguntas de saúde sexual e vacinas (COVID-19, Varíola dos macacos e meningite). Por último, há a seção Links Sociais onde o usuário pode disponibilizar suas redes sociais (Instagram, Spotify, Twitter e Facebook).

Figura 5 - Print da tela do Perfil do Grindr



Fonte: Aplicativo do Grindr.

Figura 6 - Print do perfil do Grindr



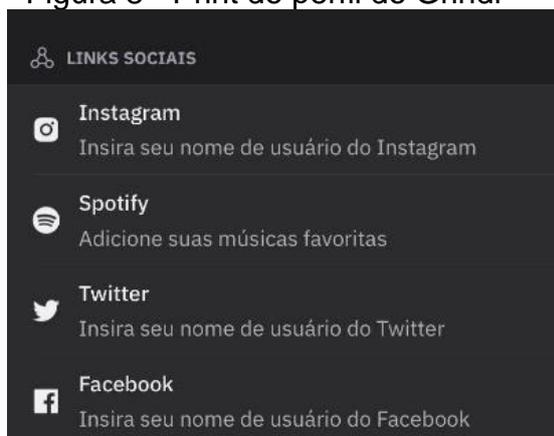
Fonte: Aplicativo do Grindr.

Figura 7 - Print do perfil do Grindr



Fonte: Aplicativo do Grindr.

Figura 8 - Print do perfil do Grindr



Fonte: Aplicativo do Grindr.

Depois de preenchido o perfil, o usuário já pode utilizar o aplicativo. A página principal da interface apresenta a “grade” onde estão dispostos segundo o critério da geolocalização os perfis mais próximos e mais distantes. Logo ao lado da imagem do perfil do usuário que se encontra na parte superior da tela do lado esquerdo está a opção “Navegar”. O aplicativo oferece algumas opções de navegação: Perto, Recente e Explorar. Além dessas três opções, o usuário realizar buscas mais específicas utilizando algumas tags que o aplicativo disponibiliza. Essa opção pode ser acessada na lupa “Buscar” que se encontra na página principal no lado superior direito. Além dessas opções de busca, o usuário pode utilizar alguns filtros básicos (se ele for um usuário não-pagante) e outros avançados (se ele for um usuário pagante).

A plataforma permite a interação direta (ou seja, sem pagamento) com os 100 perfis mais próximos geograficamente. Essa interação pode se dar através das opções disponíveis da seção Navegar (Perto, Recente, Explorar e Buscar). Para aumentar o raio de interação, o usuário precisa aderir ao *Grindr XTRA* cujos benefícios são: visualização de 600 perfis, a ausência de anúncios, a utilização de filtros de busca avançados, dentre outros. O aplicativo disponibiliza três opções de plano: 1 mês (R\$ 39,90), 3 meses (R\$84,90) e 12 meses (R\$ 214,90). Além desses pacotes, a plataforma oferece o Unlimited que permite o usuário visualizar as pessoas que passaram pelo seu perfil, enviar fotos que desaparecem depois de abertas, cancelar o envio de mensagens e fotos, navegar pelos perfis sem ser visto, ver quando alguém está digitando em tempo real, traduzir os chats para o idioma nativo. Todos esses benefícios no valor de R\$ 214,90 mensais.

Figura 9 - Print do divulgação do Grindr XTRA



Fonte: Aplicativo do Grindr.

Na barra de rodapé da página principal, além do XTRA, há também as opções para acessar o chat de conversas, a grade principal onde aparecem os perfis e o link favoritos que aparece como o símbolo de uma estrela.

Figura 10 - Print da barra de ferramentas do perfil do Grindr



Fonte: Aplicativo do Grindr.

As interações podem se dá através da interação direta com os perfis onde o usuário clica na foto do perfil e depois clica na janela de conversa, como por meio do tap que aparece com o símbolo de um biscoito ao lado do símbolo do chat. É possível realizar as buscas também através da ferramenta “Buscar”, localizada na parte superior do perfil. A ferramenta disponibiliza algumas *hashtags*<sup>45</sup> para facilitar a

<sup>45</sup> “Tags são palavras-chave ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita no aplicativo Twitter, e também adicionado ao Facebook, Google+,”

busca que são palavras-chaves, tais como: afeminados, agora, amigos, amizadecolorida, arte, apenastrans, casal, direto, fastfoda, empúblico, dentre outras.

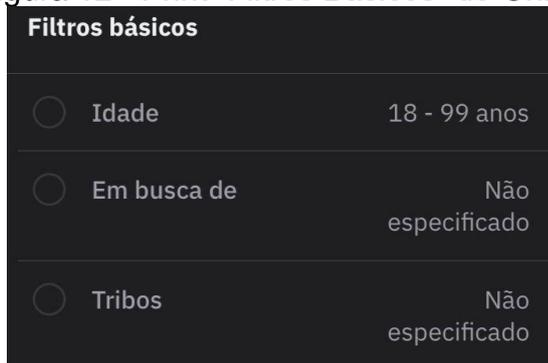
Figura 11 - Print da tela do perfil pessoal



Fonte: Aplicativo do Grindr.

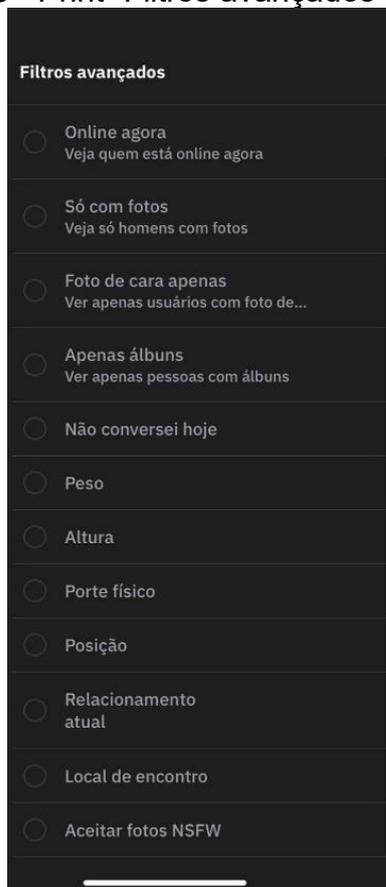
Além dessas formas de busca, a plataforma disponibiliza duas modalidades de filtros de busca: os filtros básicos e os filtros avançados. Os primeiros se dividem em 3: idade (que vai dos 18 aos 99 anos), em busca de (conversa, namoro, amigos, contatos, relacionamento, agora e não especificado) e tribos (urso, elegante, daddy/papai, discreto, nerd, atlético, couro, lontra, soropositivo, rústico, trans, garotos, sóbrio e não especificado). Essa modalidade de filtros é disponibilizada aos usuários não pagantes. Já os filtros avançados são disponibilizados aos usuários pagantes. São eles: online agora, só com fotos, foto de cara apenas, apenas álbuns, não conversei hoje, peso, altura, porte físico, posição, relacionamento atual, local de encontro e aceitar fotos NSFW.

Figura 12 - Print “Filtros Básicos” do Grindr



Fonte: Aplicativo do Grindr.

Figura 13 - Print “Filtros avançados” do Grindr



Fonte: Aplicativo do Grindr.

Ao pesquisar a palavra Grindr na plataforma de busca do Google, encontramos diversas matérias envolvendo o nome da empresa. Os conteúdos são diversos, desde uma possível participação da empresa no mercado da bolsa de

valores, a venda de dados pessoais dos usuários para outras empresas e a utilização do aplicativo para crimes de extorsão e violência.

O aplicativo encontra-se envolvido em várias polêmicas. Uma delas foi o pedido de bloqueio do uso<sup>46</sup> levada ao Tribunal Constitucional da Turquia sob a alegação de que o mesmo era um risco aos usuários por compartilhar informações pessoais dos mesmos sem consentimento. Uma outra polêmica ocorreu no Egito<sup>47</sup> onde a polícia tem utilizados aplicativos de relacionamento gays para rastrear pessoas LGBTQ. Embora a homossexualidade não seja criminalizada no Egito, o crime de “depravação” vem sendo utilizado como justificativa para perseguir e prender a comunidade LGBTQ. Uma investigação da BBC, apurou conversas em que policiais utilizavam perfis falsos no aplicativo onde eles marcavam encontros. Ao chegar ao ponto de encontro combinado, a pessoa era presa. São vários casos coletados em que a polícia disfarçada nesses perfis falsos extraia informações pessoais ou falsificava. No Egito, há registros de que o aplicativo estava sendo usado por criminosos a fim de extorquir os usuários, com ameaças de exposição de vídeos pessoais.

Uma polêmica mais recente envolvendo o *Grindr* e um alto membro da cúpula da Igreja Católica<sup>48</sup>, o monsenhor Jeffrey Burrill, revela que os dados pessoais do padre, tais como “residências pessoais dele e de membros de sua família, a casa em que ele morava cedida pelo USCCB e o escritório do órgão, e pontos onde ele teria marcado encontros, como bares”, foram rastreados de forma legal, o que contraria o argumento da empresa de que os dados não são públicos e que “informações sensíveis são anonimizadas, ou seja não são possíveis de rastreamento e os usuários não poderia ser identificados”. A consequência disso foi o afastamento de Burrill do cargo e do sacerdócio.

No site Reclame Aqui<sup>49</sup>, a empresa Grindr é apresentada como não recomendada e possui 47 reclamações. Nenhuma delas foi respondida pelo suporte da empresa. As reclamações são das mais diversas, desde banimento de uma conta

---

<sup>46</sup> Para ver mais: [https://kaosgl-org.translate.goog/en/single-news/grindr-ban-in-turkey-taken-to-constitutional-court?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=pt&\\_x\\_tr\\_hl=pt-BR&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://kaosgl-org.translate.goog/en/single-news/grindr-ban-in-turkey-taken-to-constitutional-court?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=pt&_x_tr_hl=pt-BR&_x_tr_pto=sc). Acesso em: 14 de março de 2023.

<sup>47</sup> Para ver mais: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/bbc/2023/02/04/como-a-policia-do-egito-usa-apps-de-paquera-para-perseguir-comunidade-lgbt.htm>. Acesso em: 14 de março de 2023.

<sup>48</sup> Para ver mais: <https://meiobit.com/437249/grindr-padre-exposto-coleta-dados-anonimizados/>. Acesso no dia 14 de março de 2023.

<sup>49</sup> Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/grindr/lista-reclamacoes/?pagina=6>. Acesso no dia 13 de março de 2023.

sem aviso prévio, a pedido de reembolso do cancelamento da assinatura, venda enganosa, utilização de perfil fake, uso indevido de imagem e práticas de racismo. A maior parte das reclamações estão relacionadas a contas banidas sem justificativa, a problemas técnicos como aplicativo que travado e cobranças indevidas.

São vários episódios polêmicos que marcam a história do aplicativo, envolvendo desde a constatação de falhas técnicas que põem em risco a privacidade e segurança dos usuários a questões que envolvem a segurança nacional e a disputas entre países. Após voltar ao controle dos EUA em 2020, depois de ser vendida para uma empresa chinesa em 2016, a empresa avaliada em US\$ 1,6 bilhão, caminha rumo a participação na bolsa de valores.<sup>50</sup> Para isso, o Grindr tenta estabelecer parceria com outras empresas como a fusão recente com a SPAC Tiga como forma de dessassociar sua imagem negativa e facilitar sua entrada na bolsa.

Figura 14 - Grindr é multado em R\$ 62 milhões



Imagem: Faizal Ramli/Shutterstock

Fonte: Olhar Digital (2021)<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Para ver mais: <https://pipelinevalor.globo.com/negocios/noticia/app-grindr-chega-a-nyse-em-fusao-com-spac.shtml>. Acesso em 13 de março de 2023.

<sup>51</sup> Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/01/26/seguranca/grindr-multado-62-milhoes-compartilhar-dados/>. Acesso em: 8 mai. 2023.

Figura 15 - Grindr passa a ser um risco à segurança nacional



Grindr passa a ser considerado um risco à segurança nacional nos EUA e pode ser vendido

Fonte: Tudo Celular<sup>52</sup>.

Figura 16 - Grindr, um padre e o compartilhamento



Meio Bit » Mobile » Grindr, um padre e o compartilhamento de dados "anonimizados"

## Grindr, um padre e o compartilhamento de dados "anonimizados"

Exposição de padre católico como usuário do Grindr mostra que compartilhamento de dados anonimizados não é tão segura quanto dizem



Ronaldo Gogoni 2 anos atrás

O **Grindr**, um popular app de encontros para a comunidade LGBTQIA+, é o centro de uma polêmica de exposição de dados de usuários, em que um padre da Igreja Católica foi descoberto como usuário, e afastado de suas funções.

Fonte: Meio Bit<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> Disponível em: <https://www.tudocelular.com/android/noticias/n139910/grindr-risco-seguranca-eua-venda.html>. Acesso em: 8 mai. 2023.

<sup>53</sup> Disponível em: <https://meiobit.com/437249/grindr-padre-exposto-coleta-dados-anonimizados/>. Acesso em: 8 mai. 2023.

Figura 17 - App Grindr chega à Nyse



## App Grindr chega à Nyse em fusão com SPAC

Maiores app de paquera do mundo para o público gay é avaliado em US\$ 1,6 bilhão

10/05/2022 16h27 - Atualizado há 10 meses



O Grindr, maior app de paquera LGBTQIA+ do mundo, vai se tornar uma companhia listada na Nyse por meio de uma fusão com a SPAC Tiga. O app foi avaliado em US\$ 1,6 bilhão e a empresa combinada tem valor estimado em US\$ 2,1 bilhões. O capital deve ser usado para reduzir dívida e financiar crescimento.

A transação com uma SPAC é uma forma menos arriscada para o Grindr chegar à bolsa de valores.  
Fonte: Pipeline (2022)<sup>54</sup>.

Figura 18 - Grindr tem multa reduzida

TECNOLOGIA

### Grindr tem multa reduzida para US\$7 mi em caso de privacidade de dados na Noruega

O plano inicial da DPA em janeiro passado era multar o Grindr em 100 milhões de coroas (Crédito: Arquivo / Reuters)

Fonte: Isto É<sup>55</sup>.

<sup>54</sup> Disponível em: <https://pipelinevalor.globo.com/negocios/noticia/app-grindr-chega-a-nyse-em-fusao-cm-spac.shtml>. Acesso em: 8 mai. 2023.

<sup>55</sup> Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/grindr-tem-multa-reduzida-para-us7-mi-em-caso-de-privacidade-de-dados/>. Acesso em: 8 mai. 2023.

Esses episódios evidenciam como o contexto social interfere no desenvolvimento da tecnologia e é afetado por ele. A ideia de controle e eficiência disseminadas pela empresa pode criar possibilidades e trazer problemas, como afirma Padilha (2018). Como ele afirma “as novas tecnologias digitais criam canais descentralizados e impossíveis de serem completamente monitorados e controlados. O que parece persistir nesse contexto é uma dúvida: quem ou quais corporações detêm e controlam esses dados (PADILHA, 2018, p. 40).

### 3.3 Navegando no aplicativo: Rituais de interação

O sociólogo Erving Goffman no livro *Rituais de interação: ensaios sobre o comportamento face a face* empreende uma análise dos elementos rituais que compõem a interação social. O autor cunha o termo fachada como sendo “o valor social positivo que uma pessoa efetivamente reivindica para si mesma através da linha que os outros pressupõem que ela assumiu durante um contato particular”. (GOFFMAN, 1985, p. 15).

Considerando a formulação goffmaniana, é possível afirmar que nos aplicativos de busca de parceiros, cada usuário é responsável por criar e manter seu perfil que constitui a fachada pessoal de cada usuário. A construção da fachada não se encerra na criação do perfil, mas se desenvolve durante as interações que cada usuário estabelece. A fachada é o modo como cada usuário se apresenta e interage na rede de relações que constitui o aplicativo.

Depois de criado seu perfil, o usuário pode dar início a suas primeiras interações. No *Grindr*, as interações podem se dar por meio de taps que é um ícone que está localizado na parte inferior de cada perfil ao lado da caixa de conversa. O ícone do tap tem o formato de biscoito e funciona como uma estratégia de demonstração de interesse, assim como o “match” (no Tinder) e o “like” (no Facebook). Somada a essas estratégias de demonstração de interesse, há também formas de recusa da interação. “Dar block” e “deixar no vácuo” são formas também de sinalizar o desinteresse. No *Grindr*, encontrei vários perfis que se apresentavam com o seguinte anúncio: “silêncio também é resposta”.

Ao lado do tap há um ícone em formato de balão de conversa em que é possível iniciar os primeiros contatos escritos com outros usuários. As interações por meio de conversas costumam ser diretas, objetivas: “Oi”/ “Blz cara”/ “A fim de que?”/ “Curte o que”/ “Tá por onde”. Outras, não menos diretas, iniciam com um “oi”, logo seguido de um cumprimento: “Bom dia. Tudo bem?”. Há outras abordagens que se iniciam logo com o envio de um nudes. Essas interações são bem próximas da “entrevista”, termo utilizado por Perlogher (1987) para qualificar a negociação entre michê e cliente que antecede o programa.

Elegi algumas categorias de análise para pensar algumas das dinâmicas dessas interações. A primeira é a relação com o tempo. A objetividade e a rapidez está presente na construção dos perfis bem como a maneira como grande parte das interações se desenvolvem. A ideia de ser um bom empreendedor de si aparece na maneira enxuta de construir perfis que muito lembram anúncios publicitários e na agilidade das interações que são, em sua maioria, objetivas, direto ao ponto. Por exemplo: o usuário que, de antemão, se justifica na descrição de seu perfil, dizendo: “Às vezes, posso demorar a responder”, o que evidencia a ambiência de pressa possibilitada pela sincronidade, pela conectividade e pela portabilidade que caracterizam as interações digitalmente mediadas. A escolha por interagir por meio de scripts também revela essa relação com um tempo comprimido. Perguntas objetivas, que vão direto ao ponto: “A fim de que?” “Curte o que?” “A fim agora?” também evidenciam essa ambiência de pressa que, é importante salientar, possui um marcador geracional e de gênero. Os usuários mais jovens, por estarem mais familiarizados com essa comunicação mais rápida proporcionada pelos contatos digitais, parecem empreender melhor esses contatos. Se mostram mais ágeis, escrevem menos, são bons empreendedores emocionais. O marcador de gênero revela também que falar pouco, construir um perfil enxuto, com a quantidade de informações corretas (nem muito, nem pouco) revela a relação tensa entre masculinidade e envolvimento. Falar o necessário implica em não deixar o outro saber muito de si, ou seja, não se envolver, garantindo, assim, a manutenção de um ideal de masculinidade. Um usuário se mostra contrário em seu perfil a esse tipo de interação “mecânica”: “sem perguntas robóticas. Zero paciência.” Embora tenha cruzado com perfis como esse e com outro que se anunciava dizendo: “Nada tão urgente” ou ainda outro que dizia: “Eu sei que o app é do “agora no sigilo”, mas eu tô sem pressa e não tenho nada pra esconder...” a quantidade de perfis que se dizia

não dispostas a perder tempo e em busca de “macho”, “discrição” e “sigilo” era flagrante. A discrição e o sigilo são duas categorias de análise importantes, pois elas aparecem de maneira recorrente nos perfis dos usuários e nas interações. Um bom empreendedor é também discreto, desenrolado e não curte afeminados. Um exemplo deste tipo aparece no perfil Só Macho! e “Meter pra valer”:

Perfil Só Macho:

“Bora começar a conversa aqui, nada de passivo afeminado, parrudo obeso, estereótipo feminino. Sem educação, **frustrados e com uma vida sem acesso, nem chegue perto**. Gosto e sempre faço o melhor. Lembrando que **só os MACHOS vão poder!** Aceite!”

Perfil Meter pra valer:

“Ativão aqui. Sexo apenas. Meto até arregaçar, faço gritar no meu pau, dou leite onde quiser. Quer tomar uma pirocada? Seja **desenrolado** e esteja limpinho. Sem foto, sem papo! Posso parecer agressivo, mas sou muito do bem.”

Essas descrições nos levam a afirmar que há um modelo de masculinidade hegemônica organiza a dinâmica desse ritual de interação e que, por mais que, com o passar dos anos, a interface do aplicativo esteja tenha ficado mais inclusiva, o que se revela na diversificação dos perfis, há algo estrutural que se mantém: o flerte com modelos de masculinidade dominante ou o desejo pelo “macho” ou pelo “homem de verdade”. Conforme Pelúcio e Miskolci afirmam (2008, p. 12):

O desejo pelo “homem de verdade”, ou seja, pelo padrão de masculinidade idealizado no contexto brasileiro, é o que guia o negócio. O “homem de verdade” é o homem heterossexual. Seu culto demonstra como o desejo por alguém do mesmo sexo pode se associar a um conformismo à ordem heterossexual, às suas normas de gênero, aos seus padrões estéticos e até à gramática das relações sexuais.

No contexto neoliberal, marcado por subjetividades hiperindividualizadas e pela redução de um estado de bem-estar social, o desejo se torna cada vez uma instância apartada do social, moldável ao bel-prazer dos indivíduos. O desejo se torna uma instância privada, propriedade de cada um. Um usuário explica: “a regra é básica, tá sem foto e quer ver foto, manda que tudo se resolve, só não com essa eu retribuo, porque eu não vou mandar. E o resto a gente desenrola”. Um outro perfil se

autodescreve da seguinte forma: “Tenho namorada! A fim de curtir no sigilo. Não curto afeminados. Sem local! Quer foto? Manda antes!”

Essa descrição contém um conjunto de elementos importantes para se pensar na maneira como se organizam as interações no app. 1) Curtir no sigilo e não curtir afeminados: como a construção da discrição está diretamente associada a uma rejeição aos afeminados. Limpar-se do estigma do afeminado é uma maneira de estar mais próximo do ideal do homem de verdade, do homem que transa com outro, mas não se envolve, não se compromete, não põe em jogo a sua masculinidade, sobretudo no caso desse usuário que se anuncia como tendo namorada. Ser discreto revela seu privilégio de homem socialmente heterossexual, que pode, no sigilo, transitar pela norma sem pagar o preço da abjeção, o que revela que há um modelo de masculinidade que se mantém e que garante a perpetuação da dominação masculina no campo afetivo e sexual. Como afirma Pelúcio e Miskolci (2018, p. 19), “a valorização do masculino é uma tentativa de fazer frente ao velho estigma da “inversão sexual”, tendo como alvo aquilo que a denunciaria: o efeminamento.”

2) “Quer foto? Manda antes!”: o verbo no modo imperativo deflagra a existência de posições desiguais nesse mercado afetivo, que põe de um lado os homens que mandam e do outro os que só obedecem, divisão que além de reforçar binarismos históricos (ativo e passivo) expressa o contexto de uma sociedade neoliberal centrada no inflacionamento do indivíduo.

Por se configurar em um mercado baseado em um procedimento hegemônico, onde os perfis e as relações entre homens se desenvolvem, os aplicativos de busca, a exemplo do *Grindr* e o *Scruff*, pesquisados nesta tese, são plataformas que modulam uma espécie de uso dominante por parte dos usuários. Essa modulação se dá a partir da criação de um *script*, um roteiro, que tanto serve como pano de fundo da interação como fornece o procedimento no qual os usuários irão agir. Esse roteiro aparece na estética adotada pelos aplicativos, no uso de uma linguagem publicitária, na exibição de fotos de modelos associadas à marca dos aplicativos. Todo esse *design* é pré-fabricado por se tratarem de produtos comerciais.

Por meio de um trabalho de comodificação, cada usuário se transforma em um perfil, em um produto padronizado. Depois de comodificado, suas interações com outros usuários passam a ser movidas por uma busca permanente por novos estímulos. Essa busca é fomentada pela própria arquitetura da plataforma que faz com que o indivíduo seja estimulado a todo momento e se sinta instado a responder

a esses estímulos que despertam nele satisfação imediata e reconhecimento social através da avaliação permanente do seu grau de desejabilidade. Dispondo ao alcance fácil um leque variado de opções disponíveis para um indivíduo que assume o papel de selecionador, a possibilidade de desenvolvimento de uma conversa mais longa com uma pessoa torna-se reduzida.

Os perfis dos usuários podem ser enxergados como anúncios que se apresentam para o usufruto do olhar alheio por meio de uma comunicação visual direta e, talvez, por isso, mais estimulante: pouco texto e uma foto padronizada. É importante dizer que essa não é a maneira como todos os usuários se apresentam nos aplicativos, mas o modo hegemônico de apresentação. O processo de comodificação, de transformação em um produto atrativo e vendável, implica na utilização de filtros que se aproxima da técnica de laminagem a ouro, utilizada pelas empresas automobilísticas nos carros a fim de agregar valor ao produto, tornando-o mais atrativo. Como as mercadorias expostas em uma grande loja que confessam tudo que há para ser confessado, sem exigir reciprocidade dos clientes, assim é o procedimento criado pela maior parte das interações nos aplicativos pesquisados. Como Padilha afirma (2019, p. 116):

[...] os perfis costumam criar uma atmosfera propícia a fruição agenciando estereótipos baseados em taxonomias pornográficas (ursos, cafuços, sarados) ou em temas tidos como sensoriais e sensacionais ligados ao sexo (preferências sexuais, fetiche, características e medidas corporais). O núcleo das fantasias acionadas nos serviços comerciais de busca por parceiros revela a dinâmica social que eles retratam.

Obedecendo a lógica da sociedade dos consumidores, onde qualquer evidência de fracasso social é interpretada como uma causa individual, os usuários que não conseguem adequar seus perfis a lógica da comodificação são considerados usuários falhos ou invisíveis no aplicativo. É necessário estar sempre avaliando o seu valor de mercado ou o seu grau de vendabilidade. E, em um contexto de uma cultura homossexual fabricada pela pornografia gay *mainstream*, pautada na hipere Exposição de corpos viris e masculinos, saturados de signos que remetem a uma masculinidade dominante marcada por excessos, a edição constante de si a fim de se adequar a essas normas dominantes continua habitando desejos e fantasias de homens que se relacionam com outros homens.

Nos aplicativos, assim como nos espaços *off-line*, o corpo que não se “cuida” é “ofensivo ao olhar, sempre deixando muito a desejar e, acima de tudo, testemunha viva da falência do dever, e talvez da inépcia, ignorância, impotência e falta e habilidade do “eu”. (BAUMAN, 2008, p. 79). Em geral, esses corpos invisíveis são corpos considerados por esse padrão hegemônico como gordos demais, magros demais, feios demais, afeminados demais. Nesses espaços *online*, como nos *offline*, o modo como se performa a masculinidade é profundamente vigiado. É preciso escolher fotos que performem bem o modelo do macho desejado. Evidência disso são os perfis que mais recebem *woffs (Scruff)* ou *taps (Grindr)* que são, em geral, de homens brancos, malhados, jovens, que vendem um estilo de vida pautado na liberdade (sexual, financeira) e seduzem a si e aos outros com *selfies* tiradas, geralmente, de frente para um espelho ou no espaço de uma academia.

As fotos dos usuários tiradas em posições sedutoras exibem um corpo produzido por um indivíduo que tem acesso aos bens e as imagens de consumo e que pode materializá-las em um corpo que seja avaliado, à primeira vista, como saudável e, portanto, desejável, mas que na verdade trata-se de um corpo de um sujeito masculino consumidor.

Contudo, diante da minha experiência como pesquisador e do que venho escutando dos meus colaboradores que utilizam essas plataformas, o procedimento adotado pela interface é apropriado pela maioria dos usuários, tornando a maioria das interações previsíveis, editadas, padronizadas, comodificadas em função de um imperativo: a busca pelo prazer, a excitação permanente, o não retardamento da satisfação. Para os usuários, essa busca é estimulante do ponto de vista moral, pois atua conferindo a este um sentimento de satisfação com a sua própria capacidade de seletividade, “separando o joio do trigo” (MISKOLCI, 2017).

Os aplicativos de busca de parceiros também abrem espaço para o desenvolvimento de um sentimento de agência sexual por parte dos usuários “onde entrar on-line com um perfil, exhibir-se em uma foto sensual pode significar uma conquista (MISKOLCI, 2017, p.261). Nos aplicativos, assim como no mercado, não existem sujeitos barrados diante do seu desejo. A liberdade do mercado se confunde com a liberdade de escolha do próprio usuário e em um aparente “controle do dispositivo libidinal” (PELÚCIO, 2017, p. 11).

Para a socióloga Eva Ilouz, a tecnologia não empobrece a vida íntima, mas oferece a possibilidade de produzir sociabilidade e relacionamentos de maneira

estratégica. Entretanto, ao fazer esse deslocamento, a tecnologia esvazia os recursos afetivos e corporais que ajudavam até então os sujeitos se sustentarem. Isso porque a mídia cria um ambiente com as condições necessárias (dispositivos) e adequados (filtros, câmera e editores de imagem) para que o sujeito produza uma versão melhorada de si na interface. (ILLOUZ, 2011, p. 120).

### **3.4 Os aplicativos como artefatos culturais pedagógicos**

Os aplicativos de encontros afetivo-sexuais, especialmente aqueles voltados para o público gay são importantes artefatos culturais tecnológicos que foram desenvolvidos considerando o currículo e a pedagogia cultural. Essas experiências de uso dessas plataformas de produção generificada de si são frutos e, ao mesmo tempo, responsáveis por processos de ensino e aprendizagem culturais, altamente complexos e contextuais. Sabemos que as experiências de homens em interação por meio de aplicativos com objetivos de encontros afetivo-sexuais, sendo eles gays ou não, são possíveis por meio de um processo instaurado no século XX e caracterizado pela fusão progressiva dos repertórios do mercado, com as linguagens do eu: o “capitalismo afetivo”. Segundo Illouz (2011, p. 8), “o capitalismo afetivo é uma cultura em que os discursos e práticas afetivos e econômicos moldam uns aos outros.”

Nessa experiência cultural, “os afetos se tornaram entidades a ser avaliadas, discutidas, negociadas, quantificadas e mercantilizadas” (ILLOUZ, 2011, p. 154-155). Esse processo de mudança do capitalismo foi deflagrado no contexto do que Lipovetksy (1983) chamou de “segunda revolução individualista”, isto é, “um processo cultural generalizado de individualização e psicologização que transformou profundamente os mecanismos políticos e sociais da responsabilidade no seio das sociedades capitalistas avançadas” (CABANAS; ILLOUZ, 2022, p. 82). Esse fenômeno que articula a sensibilidade e a sexualidade na construção da pessoa na cultura ocidental moderna é investigado por Duarte quando este discorre sobre a emergência entre os séculos XVII e XVIII do que chama de “dispositivo da sensibilidade”.

Esse dispositivo surge no mesmo momento histórico em que Foucault localiza o surgimento do dispositivo da sexualidade, a passagem da lógica do sangue para a da sexualidade, do dispositivo de aliança para o da sexualidade. Muitas coisas estão em jogo nesse modelo, na construção ideológica e institucional envolvida nesse dispositivo. (DUARTE, 1999, p. 24)

Esses dispositivos de excitação e de sensibilização que emergem no contexto da modernidade e que são analisados por Duarte moldaram o que entendemos hoje como subjetividade moderna ocidental que foi, ao longo do tempo, incorporando outros recursos de excitação e sensibilização ancorados nessa tensão estruturante entre maximização da vida e otimização do corpo.

Compondo esses recursos atuais que emergem na contemporaneidade, surge o que Miskolci (2017) cunhou de uma “era digital”, marcada pela conexão em rede por meios comunicacionais tecnológicos, caracterizados como digitais. Esse cenário fez com que passasse a existir uma certa economia política dos likes por meio da plataformização da sociedade, ou seja, reconhecemos que há uma inextrincável relação entre plataformas online e estruturas societais (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020). Isso significa que, “como as grandes empresas que dominam o mercado digital hoje (Google, Amazon, Facebook, Microsoft), nós também temos operado com a dataficação, mercantilização e seleção algorítmica de nossos afetos, de nossa vida privada” (PELÚCIO, 2020, p. 10).

Dito isto, resta-nos investir em melhor compreender esses artefatos tecnológicos (os aplicativos de busca de parceiros), enquanto “locais pedagógicos” (STEINBERG, 1997), isto é, onde o poder se organiza e se exercita, com seus currículos e pedagogias altamente envolventes, devido a seus recursos econômicos e apelo afetivo, que tanto mais serão eficazes quanto mais inconscientes forem (SILVA, 1999). Afinal, sabemos que essas pedagogias de gênero e sexualidade, juntamente com seus currículos, generificados e generificantes, sexualizados e sexualizadores, “produzem valores e saberes; regulam condutas e modos de ser, fabricam identidades e representações, constituem certas relações de poder” (SABAT, 2001, p. 9).

Ao descrever o funcionamento do *Happify*, “aplicativo que propõe atividades, exercícios e jogos com o intuito de aumentar os níveis de felicidade”<sup>56</sup>, Cabanas e Ilouz (2022, p. 194-195) afirmam:

---

<sup>56</sup> Disponível em: Disponível em: <https://digilandia.io/home-office/aplicativos-para-saude-mental-no-trabalho/#:~:text=Synctuition,Happify,aumentar%20os%20n%C3%ADveis%20de%20felicidade>. Acesso em: 25 ago. 2022.

Esses aplicativos reificam a interioridade. Ao propor a captura e a quantificação da psique dos usuários com precisão cirúrgica, eles conferem uma aparência externa à interioridade e a retratam de forma objetiva com o auxílio de imagens, números, tabelas e gráficos coloridos.

Algumas características presentes no *Happify* se aproximam da dos aplicativos de busca de parceiros investigados. O processo de pedagogia das interações pautado em métodos de quantificação, avaliação, comensuração e cálculo da subjetividade emerge em um contexto em que as emoções estão no centro do *ethos* terapêutico de cuidado pessoal nas sociedades neoliberais. Gerir e administrar seguindo um roteiro pedagógico e curricular prévio constitui uma maneira de instituir modelos de masculinidade e formas de relações sociais.

Esses artefatos tecnológicos instituem pedagogias culturais e afetivas pautadas em modelos disseminados não só pela indústria em uma era digital, mas também por essa nova versão platformizada do capitalismo. Incorporando um *ethos* proposto por esse currículo pedagógico, os usuários fabricam sua masculinidade a partir do constante aprimoramento do eu, da curadoria de sua imagem pessoal e do controle hiper-racional do tempo.

O perfil Crônicas do *Scruff* é paradigmático para compreendermos como operam essas pedagogias de gênero e sua relação com uma lógica de mercado, pautada na eliminação dos empecilhos que possam tornar a experiência do usuário menos satisfatória.

Faz sentido isso ser em formato de grade, pq no final de tudo somos todos pedaços de carne nessa vitrine. A galera começou a monetizar a pica. Dá até pra chegar perguntando: “Quanto tá o kg do ativo?” Pelos meus cálculos a média é 100,00. Tá acompanhando a alta do dólar. As pessoas falam com você e não se dão ao trabalho de mandar uma foto de rosto. Se você não fizer isso vou te chamar de Sr Cara de Caralho e Sr Cara de Cu. Devo presumir que você deve ser tão horroroso que prefere mostrar uma parte diferente do corpo. Nesse tempo todo aqui aprendi que:

- 1) Cara musculoso ou é passivo ou é michê. Se vc encontrar um que seja ativo que esteja disposto a transar com você de graça, tente chegar perto e faça um pedido, certamente ele é um unicórnio.
- 2) Cara muito bonito fode muito mal ou é fake. Seja passivo ou ativo, a beleza pra muita gente só atrapalha. Já vi gente usando foto de gringo belíssimo e aplicando golpe pedindo código de SMS pra resetar a senha do Tinder dos outros.
- 3) Ursos e gordinhos têm obrigação, sancionada pelos gays de academia, de gostar apenas de ursos e gordinhos. Ser gordo e/ou urso te coloca num patamar inferior, pois “não cuidam do corpo” [meu mais sincero: aí dento!]
- 4) Atv é o novo versátil, Versátil é o novo passivo. Passivo é o novo Fister, e o novo Atv é o 1.000.000% Atv não toque no meu cu.

- 5) Não tem foto no perfil mas quer que chegue mandando rosto. Isso chama hipocrisia. E “silêncio é resposta” é coisa de gente burra.
- 6) Os moderadores do Scruff são uma ruma de tia crente que de vez quando liberam um cacete nas fotos de perfil.

Se você se deu o trabalho de ler até aqui, bom pra você. Não tem prêmio por isso, desculpa. Se vc discorda, abra um bloco de notas no seu celular no modo avião e discorde aí off-line. Achou um erro no texto e quer corrigir? Fique querendo. Se mandar mensagem sobre isso eu bloqueio.

O usuário se anuncia em seu perfil com o nome *Crônicas do Scruff*. Seu anúncio nos oferece pistas para pensarmos o uso do aplicativo como um “negócio”. Ao afirmar “somos todos pedaços de carne nessa vitrine” e “a galera começou a monetizar a pica”, o usuário destaca através do termo monetizar a lógica mercadológica presente no contexto da sociedade plataformizada e que orienta os usos das mídias sociais de maneira geral. Expressões como “faço com agrado”, “manda um pix”, “vendo conteúdos” encontradas em alguns perfis de usuários expõem uma forma de uso do aplicativo que visa à monetização, seja através da cobrança direta por um serviço oferecido, seja por meio da venda de um produto: os conteúdos produzidos on-line. Segundo o Manual do Empreendedor: modelos de negócio e monetização da FEA Social da Universidade de São Paulo, “a monetização é o ato ou efeito de monetizar algo, significa o aproveitamento de algo como fonte de lucro. Monetizar é transformar algo em dinheiro; em outros termos, é amodar, isto é, tornar algo lucrativo qualquer bem ou serviço.”<sup>57</sup> No contexto da sociedade plataformizada e de uma flagrante precarização do trabalho, monetizar algo na internet se transformou em uma opção de sobrevivência, mas também de rentabilidade, estruturando boa parte das relações nas mídias sociais na contemporaneidade. Conforme afirma Facioli e Padilha (2019, p.237),

Em sua forma atual, a internet converteu o compartilhamento de mensagens e informações em um poderoso modelo de negócios que figura entre os ramos mais promissores da economia contemporânea. O que não se pode perder de vista é o fato de que redes sociais são serviços que extraem lucro do acúmulo de dados digitais. Como convém aos produtos comercializados em âmbito internacional, as funcionalidades e recursos oferecidos pelas

---

<sup>57</sup> Disponível em: <https://linux.ime.usp.br/~braket/upload/Manual%20do%20Empreendedor%20-%20Modelos%20de%20Neg%C3%B3cio%20e%20Monetiza%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 03 de março de 2023.

tecnologias digitais resultam de ecologias legais que congregam múltiplos interesses de mercado e de Estado sob diferentes legislações nacionais.

Júlio é designer gráfico e por atuar no ramo da tecnologia compreende bem o funcionamento do aplicativo como um modelo de negócio. Quando pergunto a área de atuação dele, ele me responde dizendo que isso o impacienta, pois o que ele pretende no aplicativo é apenas transar. Ele me diz que se impacienta com essa pergunta porque as pessoas se prendem a “rótulos e projeções e usam isso tudo isso para ofender, diminuir.” Júlio se autodeclara como gordo e peludo e se reconhece como urso. Júlio fala na condição de um usuário gordo e peludo e ciente da posição que ocupa frente a outros usuários. Certa vez, ele disse ter sido interpelado por um perfil “fazendo barulho de máquina de cortar cabelo” ao que Júlio disse ter respondido educadamente e o usuário como resposta lhe disse que se o encontrasse o depilaria todo. Embora ter pelos signifique para alguns usuários um sinal de virilidade, de masculinidade, para outros os pelos ainda são vistos como sinônimo de sujeira e descuido. Esse gosto ou não por pelos reflete a existência de redes relacionais distintas que operam no aplicativo. São redes relacionais que antes do surgimento dos aplicativos de busca já demarcava as segmentações entre os gays orientadas não só por questões de classe e raça, mas também em função de estilos de vida, (FRANÇA, 2012). Os aplicativos de busca só sofisticaram essas redes particularizando cada vez mais gostos, preferências e estilos corporais específicos.

Júlio afirma se incomodar com os rótulos, mas seu discurso está repleto deles. Termos como “Malhados gordofóbicos”, “ursos e gordinhos”, “discretos e fora do meio”, atv, “versátil”, “passivo” são alguns rótulos que ele aciona no seu perfil e na breve conversa que tivemos pelo *chat* do aplicativo. Ele apresenta suas percepções acerca do aplicativo se valendo desses rótulos e de sua experiência pessoal na condição de um “usuário antigo” e que já ganhou dois anos de conta *premium*. Essa experiência adquirida pelo tempo de uso e pela condição de usuário *premium* torna-o um usuário experiente ao ponto dele compartilhar suas crônicas como resultado de um aprendizado.

Na seção do aplicativo “o que procuro”, Júlio se anuncia da seguinte forma: “Pessoas que querem sexo sem compromisso, sem apego afetivo, QUE USEM CAMISINHA”, que acreditem que a Terra é redonda e que vacinação faz bem. Ah! Que não me conte se for bolsominion”. É interessante como Júlio apresenta o *Scruff*

como uma *grade* onde os usuários são comparados a um *pedaço de carne*, mas ele mesmo adverte em seu perfil: “Quer conversar? Saia com uma bicicleta, porque eu sou um corpo”. Júlio ao afirmar que faz sentido o aplicativo possuir um formato de *grade*, ressaltando o valor de mercadoria que os corpos assumem naquele espaço ele mesmo se anuncia em seu perfil como um corpo. Embora a análise que Júlio faça dos aplicativos parta de sua experiência enquanto usuário antigo e por consequência conhecedor do funcionamento da plataforma, ela fala também de um lugar de um usuário que está ciente do valor que possui enquanto gordo e peludo diante de outros usuários. Júlio faz uso do que aprendeu para avaliar os outros usuários do aplicativo como se ele mesmo fosse neutro ali dentro, como se sua experiência o “protegesse” da lógica de funcionamento do aplicativo como um negócio que ele deflagra em sua descrição.

Há uma perspectiva moral que justifica o distanciamento de Júlio com relação ao aplicativo e que aparece no conteúdo de suas crônicas. Quando pergunto a ele se ele acha que algo mudou na paisagem dos aplicativos com a pandemia da covid ele me responde dizendo: “Não mudei de jeito nenhum. As pessoas continuam buscando idealizações, projetando frustrações.” Minha pergunta era sobre as interações ao passo que na resposta de Júlio ele inicialmente se inclui ao falar de si e depois se distancia ao usar o termo “as pessoas”. Júlio associa praticidade a uma atitude de desprendimento com relação a rótulos e projeções como se essa operação de rotular e projetar algo fosse uma postura assumida sempre pelo outro e que criasse empecilho para pessoas como ele que estão no aplicativo apenas para transar. Júlio é sabedor de sua posição enquanto homem gordo no aplicativo tanto que afirma que os rótulos e as projeções são utilizadas para ofender, diminuir e machucar. O rótulo do *malhado gordofóbico* é trazido por Júlio como sendo o tipo de usuário que se vale do rótulo como se a rotulação fosse uma operação sempre acionada pelo outro e que ofende, diminui e machuca. Nos aplicativos de busca, assim como nas boates de outrora, os rótulos, os nichos estão disponíveis para os usuários se autodescreverem no processo de construção de seus perfis, segmentando-os por meio de marcadores raciais, relativos a classe e estilos de vida e tipos corporais. Logo, essas identidades já são dadas de antemão.

Diante de um leque cada vez mais amplo de opções, os usuários assinalam os rótulos que melhor lhes representam. Júlio sintetiza e expõe o resultado daquilo que *aprendeu* no *Scruff* em seis “lições”. Diferentemente de outros usuários, seu perfil

não é enxuto. Ele não economiza nas palavras e promete o que anuncia no título do seu perfil ao compartilhar com os outros usuários suas crônicas do *Scruff*.

Júlio enxerga o *Scruff* como um *modelo de negócio* assim como toda rede social. Ele afirma que “o modelo de negócio é sempre baseado em anúncio. Por exemplo: o *facebook* não produz o conteúdo que contém.” Tomando o *Scruff* como modelo de negócio, Júlio descreve seu funcionamento. Segundo ele, o negócio do *Scruff* funciona através da “objetificação do homem passivo e da uberização do pênis com ofertas a partir de 100,00 pelos garotos de programa que se anunciam na plataforma”. Ao acionar o termo uberização, comumente utilizado para analisar as mudanças no mundo do trabalho no contexto do capitalismo tardio, Júlio aproxima a esfera do trabalho precarizado com a do mercado sexual que opera nos aplicativos de busca de parceiros. Segundo Pelúcio (2022, p. 226):

As relações erótico-amorosas uberizadas exigem competências emocionais múltiplas e disponibilidade para se lançar no mercado dos afetos como empreendedoras/es que deveriam saber administrar seus sentimentos e potencializar suas habilidades emocionais.

Júlio chama de uberização do pênis o *delivery* de sexo promovido por garotos de programa nos seus usos monetizáveis do aplicativo. Embora o relato de Júlio seja carregado de noções valorativas sobre formas de uso distintas da sua ele nos ajuda a pensar a lógica do empreendedorismo emocional que aproxima as esferas do mercado, do sexo e dos afetos. Vender conteúdos sexuais online hoje não é uma atividade apenas de garotos de programa. A possibilidade de se expor e de cobrar por isso, de monetizar a exposição de si, é uma atividade disponível a qualquer usuário da rede que assim desejar se anunciar. A internet politizou a esfera pessoal e tornou reivindicações, antes pertencentes à esfera pública, em demandas encampadas por sujeitos particulares. A produção de um eu visível, viabilizada pelas redes digitais, criou um indivíduo “sem limites de espaço nem de tempo, imerso em um barulhento festival de personalidades alterdirigidas, sempre em exposição e interconectadas” (SIBILIA, 2016, p. 305).

Para Júlio, a presença de garotos de programa, que ele sinaliza como sendo proibida pela plataforma, é que transforma o aplicativo em *um delivery de sexo*, ao frustrar a sua experiência enquanto usuário. A impressão que o relato de Júlio nos causa é que são os garotos de programa que atrapalham o bom funcionamento do

aplicativo, pois eles quem, ao monetizar o espaço, acabam frustrando a sua experiência como usuário que só está ali para transar.

A linguagem utilizada no modo imperativo presente relato de Júlio expõe uma postura autorreferente muito próxima da de outros usuários como *o Afim Lê aí* e o Márcio. Embora Júlio tente fazer uma crítica dos usos que as pessoas fazem do *Scruff* tomando como ponto de partida a sua experiência e suas impressões carregadas de uma perspectiva moral ele acaba reproduzindo a lógica mercadológica que ele deflagra e organiza as interações nos aplicativos. Sabedor da posição de pouco prestígio que ocupa nessa mercado-lógica ele se vale do seu aprendizado resultante de sua experiência de dois anos enquanto usuário *premium*.

Júlio como todo investidor se revela impaciente, pouco disposto a perder seu tempo e afirma saber o que quer: “Eu quero sexo, putaria, pegação”. Seus aprendizados parecem servir como uma verdade sobre o aplicativo orienta e limita a sua experiência como usuário. A monetização e o ambiente de negócio atingem em cheio a experiência de Júlio mesmo que ele não cobre para fazer sexo. Mesmo não monetizando seu uso, a lógica que opera segue a mesma mercado-lógica que orienta a prática da monetização. Como todo investidor, Júlio não quer sexo, mas sem compromisso, sem apego afetivo. Exige como condição para interagir que o usuário use camisinha e que não seja bolsominion. Embora Júlio não monetize suas buscas ele age sob a lógica da monetização, respaldado em suas lições que o transformam em um investidor experiente. Contudo a experiência parece não ser suficiente para Júlio lidar com tantas demandas emocionais que a experiência de ser usuário suscita. Júlio, embora experiente, permanece adotando uma linguagem direta e, por vezes, agressiva em seu perfil pois sabe na pele que suas lições, embora o diferencie dos outros usuários não implicará em uma mudança significativa na sua posição naquela rede de relações. Júlio sendo um homem peludo e gordo, condição que põe em uma posição desigual nesse mercado afetivo, permanecerá no “patamar inferior”.

Os aplicativos de busca de parceiros são plataformas que se disseminaram no Brasil a partir dos anos 2010 e que atuam como um tipo de serviço comercial que atua facilitando interações e encontros. A partir da incorporação do GPS, esses aplicativos possibilitam o usuário interagir com pessoas próximas e distantes geograficamente. Outro recurso que essas plataformas oferecem é o uso de filtros que conferem às buscas um aspecto de seletividade, ou seja, é possível através do uso desses filtros, o usuário fazer uma seleção dos perfis mais propensos para ele

interagir. Os aplicativos configuram-se em formas aperfeiçoadas de outras mídias, como os bate-papos e sites de encontro como o *Manhunt*<sup>58</sup> e o Disponível.com<sup>59</sup>, o que evidencia que essas plataformas embora confirmam aspectos inovadores na dinâmica das buscas afetivas e sexuais e na própria subjetividade dos usuários, elas integram uma história das tecnologias sociais de gênero e de sexualidade, atuando como espaços de reiteração e releitura daquilo que entendemos como sendo a masculinidade e o desejo.

O empenho por parte das empresas de tecnologia é produzido e ambientado em um competitivo mercado destinado a fazer do hookup um negócio lucrativo mediante o gradual reconhecimento de gays e lésbicas como sujeitos econômicos em uma cultura do consumo. Nesse sentido, os aplicativos móveis constituem um campo profícuo para entender o debate sobre o tema do reconhecimento precário a partir do consumo (PADILHA, 2018, p. 24).

No próximo capítulo, apresentarei a história de vida de três usuários dos aplicativos como modo de visualizar como se operam diferentes formas de empreender a masculinidade, a sexualidade e os afetos nos aplicativos de busca de parceiros.

---

<sup>58</sup> “Manhunt.net é o maior site de chat e paquera gay do mundo. Desde seu lançamento em 2001, Manhunt dá a homens gays e bissexuais uma plataforma on-line privada para se encontrarem com qualquer homem, a qualquer hora, em qualquer lugar. Manhunt dá a você a possibilidade de procurar entre mais de 6 milhões de homens, pois é o maior site de encontros gays, sexo gay e vídeo chat gay do mundo para homens a procura de outros homens. Alguns dos recursos únicos do Manhunt incluem chat e mensagens gays, vídeo chat gay, pornô gay grátis, paquera gay e fotos gays explícitas.” Disponível em: <https://www.manhunt.net/aboutus>. Acesso em 17 out. 2022.

<sup>59</sup> “Criado em 2003, o grupo InfoBusiness, proprietário da marca Disponível.com, é composto por um portal homônimo de relacionamentos para gays, um site de notícias e uma loja virtual. Em 2011, no contexto tecnológico de adequação dos portais de relacionamentos às versões multiplataforma, a franquia lançou também uma versão em formato de aplicativo, o que tornou possível o acesso a partir de dispositivos como tablets e smartphones. Ainda no mesmo ano, a plataforma brasileira passou a ser acessível também a partir de outros países da América Latina, como Argentina, Peru e Chile.” (PADILHA, 2019, p. 112).

#### 4 “CASES DE SUCESSO”: MODOS DE EMPREENDER A MASCULINIDADE, A SEXUALIDADE E OS AFETOS NOS APLICATIVOS DE BUSCA DE PARCEIROS

De acordo com o site *Sharpspring*<sup>60</sup>, “um case de sucesso é um *job*<sup>61</sup> bem-sucedido oferecido pela sua agência a um cliente, ou seja, uma história que pode ser usada como modelo a se seguir.” Partindo do conceito de que o case de sucesso se refere a uma história que pode ser contada como modelo paradigmático de uma dada experiência, este capítulo pretende a partir do relato de três usuários de aplicativos de relacionamento analisar diferentes formas de empreender-se nos aplicativos de busca de parceiros. Os relatos dos usuários Márcio, Lucas e Rodrigo explicitam o que há de subjacente nos modos de empreender-se nestes aplicativos.

Para Chiavenato (2007), o plano de fundo do verbo “empreender” é caracterizado por outras ações: “inovar” e “iniciar”. Decidi articular a noção de empreendedorismo com a ideia de case de sucesso partindo da compreensão de que o indivíduo que empreende toma como referência um modelo (uma pessoa ou uma empresa por exemplo) de sucesso que encarna os objetivos que ele pretende alcançar na tarefa de empreender. Embora empreender seja uma atividade arriscada, bons empreendedores costumam se cercar de metas e objetivos para alcançar determinados fins. Como afirmado em outro momento desta tese, o bom empreendedor é objetivo, sintético e criativo. Empreender nos aplicativos de busca de parceiros consiste em um tipo de racionalidade pautada no estabelecimento dessas metas e objetivos, expressos ou tácitos, que moldam um certo tipo de subjetividade e um modelo de interação social. Pierre Dardot e Christian Laval (2010, p. 412) definem esse modo de subjetivação centrado na percepção do eu como uma empresa.

Especialista dele mesmo, empregado dele mesmo, inventor dele mesmo, empresário dele mesmo: a racionalidade neoliberal pressiona o eu a agir sobre ele mesmo no sentido de seu próprio reforço para seguir na competição. Todas as atividades devem se comparar a uma produção, a um investimento, a um cálculo de custo. A economia se torna uma disciplina pessoal.

---

<sup>60</sup> Disponível em: <https://br.sharpspring.com/blog/o-que-e-case/>. Acesso no dia 07 de maio de 2023.

<sup>61</sup> “O significado de *Job* é emprego, traduzindo-se ao português. Como substantivo, nesse caso, *job* remete a uma posição remunerada de um emprego regular, ou seja, é um modo de se referir a uma ocupação, cargo ou posição.” Disponível em: <https://www.meusdicionarios.com.br/job/>. Acesso: 26 de maio de 2023.

A feição que o empreendedorismo assume nas redes e sua expansão a todos os domínios da vida é efeito de uma sociedade neoliberal centrada em um ideal de felicidade individualizante e que enxerga o sucesso e o fracasso como atributos individuais e não como efeitos de questões de natureza estrutural. Nesse tipo de sociedade, “sucesso e fracasso, saúde e doença resultam de nossas próprias ações. Esse processo também empresta legitimidade à noção de que não há problemas estruturais, apenas deficiências psicológicas; de que, em suma, não existe, essa coisa de sociedade, mas apenas indivíduos” (CABANAS; ILLOUZ, 2023, p. 20). Edgar Cabanas e Eva Illouz analisam essas mudanças operadas na subjetividade e nas relações sociais como efeitos de uma sociedade neoliberal em que os indivíduos se veem como empreendedores de si mesmos e na qual “a felicidade se tornou um imperativo em constante movimento e sem linha de chegada bem definida.” (CABANAS; ILLOUZ, 2023, p. 21). Nesse modelo de sociedade,

[...] aspectos como o trabalho passaram a ser cada vez mais entendidos como assunto da ordem de projetos pessoais, criatividade e empreendedorismo; a educação, como área ligada a competências e talentos individuais; a saúde, como questão de hábitos e estilo de vida; o amor, como matéria de identificação e compatibilidade interpessoais; a identidade, como escolha e personalidade; o progresso social, como tema relacionado ao crescimento e desenvolvimento individuais; e assim por diante. (CABANAS; ILLOUZ, 2022, p. 81-82)

A ideia de projeto, iniciativa, responsabilidade pessoal e desempenho passou a ocupar os discursos das academias de ginásticas, aos consultórios de psicologia se estendendo até as igrejas. Fortalecer o seu eu interior, se empoderar, obter uma alta performance e bons resultados se tornaram condições necessárias nesse novo modo de gestão do eu, no qual “relações, sentimentos e afetos positivos são mobilizados em nome da eficácia” (DARDOT, 2016, p. 365).

Articular a ideia de *case* de sucesso, que é um termo do universo do empreendedorismo, ao contexto de uma sociedade neoliberal é compreender que entendemos como neoliberalismo um modo de gestão da vida, um tipo de racionalidade específica que molda subjetividades e estrutura práticas sociais. “O neoliberalismo pode ser definido como o conjunto de discursos, práticas e dispositivos que determinam um novo modo de governo dos homens segundo o princípio universal

da concorrência.” (DARDOT, 2016, p. 17). Em um cenário de precarização das formas de trabalho, esse tipo de racionalidade neoliberal pode ser compreendido através da noção de “case de sucesso” como um parâmetro de “alguém que chegou lá” ou que, na melhor das hipóteses, encarna bem os ideais de desempenho propagados por este tipo de racionalidade. O imperativo de empreender-se como forma de alçar visibilidade nas redes está associado a um contexto de uma sociedade das capacitações centrada no aprimoramento pessoal, na otimização de si e no medo das pessoas de perderem seu valor social, fenômeno que Sennet (2018) chama de fantasma da inutilidade. “O empreendedorismo aparece como a resposta para que não nos tornemos obsoletos e desnecessários.”

A possibilidade de se anunciar na internet é um fenômeno que emerge com as transformações no campo da comunicação e da tecnologia, que passam de um modelo centralizador e hierarquizado para outro horizontal (o que não significa dizer que é simétrico), e interativo, tornando possível a participação dos usuários no processo de produção de conteúdo.

[...] o efeito do empreendedorismo acontece através da internet, de uma sociedade em rede, com produtores de conteúdo diferentes, de locais distintos, nacionalidades várias, propagando a ideologia neoliberal sob a égide do empreendedorismo, tocando as pessoas em seus medos contemporâneos, ao mesmo tempo que os estimula (SOUSA, 2018, p. 27).

O parâmetro de sucesso no qual os usuários que entrevistei se referem é o modelo do usuário que encarna noções dominantes de masculinidade e virilidade, um usuário que supõe gerir bem seus contatos e expectativas a partir de uma atitude de reserva e que evita o envolvimento. Um usuário que se arrisca em um universo supostamente controlado, munido da mediação de filtros de preferências, do critério da geolocalização e da leitura dos perfis dos usuários e das interações que valham a pena arriscar. Embora esse modelo de gestão de si seja bastante criticado por grande parte dos usuários que entrevistei, é a partir dele que a maioria racionaliza suas buscas. Não que essa racionalidade seja algo pensado sempre estrategicamente, mas ela aparece como um acordo tácito que organiza grande parte das interações, o que se expressa na busca por perfis cada vez semelhantes em termos de aparência e expectativas e que encarnem um modelo de masculinidade que anula formas de envolvimento lidas como emocionadas e que criam barreiras no desejo de “ir direto ao ponto”, que pode ser desde fruir nas trocas de nudes e nas conversas de cunho sexual

(o que alguns chamaram de sexo burocrático por se limitar a esse tipo de fruição), seja em marcar algum encontro presencial. Procuo entender o empreender-se dessas masculinidades como uma performance que orienta a maioria dos usos e que é caracteriza, principalmente, por uma denegação de aspectos subjetivos que possam ser lidos como um modo de se envolver que se procura evitar.

A escolha em trabalhar com entrevistas narrativas ao invés de focar na análise das interações consistiu em uma escolha metodológica possível e proveitosa diante da insuficiência de material que obtive analisando, somente, os perfis e as interações. Embora os aplicativos me proporcionassem ter interações simultâneas com vários usuários e isso tenha produzido uma quantidade grande de dados, os dados não me forneciam pistas sociológicas suficientes para pensar a dinâmica dessas interações. De maneira geral, os perfis dos usuários são bastante enxutos em termos de informação e as interações seguiam o roteiro de uma entrevista de emprego, o que inviabilizava ter material empírico para analisar. Optei por priorizar perfis menos enxutos em que podia capturar com mais profundidade os discursos e práticas dos usuários. Por este motivo, as entrevistas se mostraram uma opção profícua para os meus objetivos que consistiam em compreender como operava a lógica do empreendedorismo nos aplicativos. É importante salientar que a noção de empreendedorismo não se impôs ao campo por uma vontade própria, mas ela foi se revelando por meio dos perfis que analisei e das interações que tive com os usuários e de sua relação com o tempo, com os afetos, com a sexualidade, com o trabalho e com a masculinidade.

Acionando formas diferentes de empreender-se, as entrevistas narrativas que aparecem neste capítulo expõem o que uma observação restrita à análise de perfis não foi capaz de explicitar: o avesso da fachada empreendedora, suas bases de sustentação e a força performativa de seu discurso e como performar como um bom empreendedor confere um grau elevado de reconhecimento a determinados usuários, pois um bom empreendedor é aquele que se assemelha a um homem heterossexual e que não se envolve, pois é nessa postura evitativa e de não envolvimento que os homens, inclusive os homens gays, têm perpetuado formas de dominação que antes se circunscreviam ao espaço doméstico em um contexto em que as mulheres ainda não tinha conquistado a emancipação do espaço do lar. Stromquist (2021) afirma que a emancipação feminina significou uma perda de poder

dos homens na vida pública e esse poder foi direcionado para as esferas afetiva e sexual.

#### **4.1 “Esses aplicativos foram uma espécie de libertação, porque era um lugar onde eu poderia praticar a minha sexualidade”**

Conheci Lucas no *Grindr* em um momento em que eu utilizava o aplicativo ainda como usuário. Desenvolvemos uma relação de amizade que ultrapassou os diálogos roteirizados dos aplicativos de busca. Depois de conhecermos, conheci seu apartamento, seu marido e seus animais de estimação. Saímos algumas vezes para jantar e fomos em algumas festas. Nas nossas conversas sempre eu falava da pesquisa e compartilhava com ele algumas de minhas inquietações. Lucas foi um interlocutor privilegiado não só em função das relações que passamos a estabelecer, mas sobretudo porque sempre ele me trazia apontamentos interessantes para pensar não só os meus achados empíricos, mas sobretudo os meus preconceitos. A entrevista que fiz com Lucas para esta pesquisa foi realizada no *Google Meet* em abril de 2022. Nossa conversa aconteceu em dois momentos e teve duração de quase três horas.

Lucas tem 27 anos, possui ensino superior incompleto, trabalha como desenvolvedor de *software*, é casado, reside no bairro Mucuripe e se autodeclara como um homem branco, agenero e gay. Ele utiliza o *Grindr*, o *Scruff* e o *Tinder*. Na sua experiência como usuário, ele classifica o *Tinder* como mais geral, por possui uma base de usuários maior e em geral no aplicativo as pessoas estão procurando conversas mais “sérias”. No *Grindr* e no *Scruff* ele diz que as pessoas estão mais interessadas em algo no momento, no agora, em geral, sexo casual. No *Tinder*, ele afirma que o uso é menos imediatista e que a plataforma possibilita o usuário se mostrar mais e descrever mais informações pessoais em seu perfil.

Lucas acompanhou de perto alguns dilemas enfrentados por mim durante a pesquisa e, embora eu soubesse que ele era um usuário assíduo das plataformas de busca de parceiros eu ainda não havia tido uma conversa mais longa e orientada sobre o meu trabalho com ele. Inicialmente, o interesse em conversar foi despertado

por dois motivos: primeiro por ele ter uma relação poliamorosa<sup>62</sup> e esse fato me despertar a curiosidade sobre outros possíveis pontos de vista pouco explorados na pesquisa e segundo por ele ser um usuário antigo dessas tecnologias, o que me ajudava a compreender, a partir de sua experiência, as transformações que essas plataformas foram passando até chegarem ao seu formato atual. Somou-se a isso o fato de que ele trazia argumentações e pistas interessantes para eu pensar meus próprios pressupostos de pesquisa.

Lucas tem 27 anos, possui ensino superior incompleto, se auto classifica como um homem branco agênero<sup>63</sup> e é usuário de vários aplicativos de encontros desde que eles chegaram ao Brasil. Ele utiliza o *Tinder* desde 2013 quando o aplicativo ainda possuía a versão beta<sup>64</sup>. Esse formato de desenvolvimento do aplicativo ainda não dispunha de nenhum algoritmo de seleção e filtragem que mediava os usos das pessoas por meio dos seus gostos e preferências. Nesse ano, o *Tinder* tinha acabado de chegar ao Brasil e Lucas vivia uma relação aberta com seu companheiro, mas que, segundo ele, ainda não era explicitamente aberta<sup>65</sup>. Por isso, nesse primeiro momento, ele e o namorado passaram a utilizar o aplicativo de maneira despretensiosa. “No começo, a minha experiência era tipo estou brincando aqui, eu estou literalmente tendo experiências”. Só que depois que eu terminei com esse namorado, comecei um outro namoro, e aí uns meses depois a gente abriu o

---

<sup>62</sup> Para ver mais pesquisas sobre relações poliamorosas e não monogâmicas: Perez e Palma (2018); Freire (2013); Klesse (2011); Pilão (2013); Pilão e Goldenberg (2012); Núñez (2020); Núñez (2022)

<sup>63</sup> “Ageneridade é o estado, ou qualidade, de uma pessoa com uma identidade de gênero definida como “sem gênero”, que tem uma ausência total do gênero em geral ou cuja identidade de gênero é nula. Algumas pessoas usam as ageneridades para expressarem o não entendimento sobre o gênero ou a indiferença perante ele, ainda sendo a falta de gênero binário ou ter nenhum gênero.” Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ageneridade>. Acesso no dia 11 de abril de 2023.

<sup>64</sup> “A versão beta de um software ou produto é a versão em estágio ainda de desenvolvimento, mas que é considerada aceitável para ser lançada para o público, mesmo que ainda possua bugs e problemas que precisarão ser reparados pelos desenvolvedores antes do lançamento definitivo do produto ao mercado na sua versão final”. Disponível em: <https://canaltech.com.br/produtos/O-que-significa-dizer-que-um-software-ou-produto-esta-em-versao-beta/#:~:text=A%20vers%C3%A3o%20beta%20de%20um,mercado%20na%20sua%20vers%C3%A3o%20final>. Acesso no dia 31 de maio de 2022.

<sup>65</sup> Durante a finalização do trabalho de campo encontrei vários perfis de casais que diziam ter uma relação explicitamente aberta quanto perfis pessoais onde o usuário deixava claro estar em um relacionamento aberto. Como estava concluindo meu trabalho de campo não contabilizei esses dados e não consegui fazer uma análise mais rigorosa dos usos que casais com relações explicitamente abertas fazem dos aplicativos. O que pude perceber por meio de uma observação não sistemática foi que geralmente quando o perfil era do casal havia um quem fazia a “gestão” do perfil, ou seja, enviava fotos, interagia e marcava os encontros enquanto o outro assumia um papel menos ativo na plataforma do app.

relacionamento. A partir desse momento, quando eu comecei de novo a utilizar o *Tinder*, foi mais a caráter de tipo “Estou procurando coisas mesmo”.

Esse uso associado ao jogo que Lucas e outros homens fazem dos aplicativos de busca de parceiros é revelador da maneira como os jogos atuam como ritos de iniciação das masculinidades. Utilizar os aplicativos como forma de brincar, de passar o tempo está indissociável de um treinamento performativo das masculinidades. Segundo Miskolci (2019, p. 3):

[...] a automatização da busca se revela em um exercício subjetivo generificado que molda parte das masculinidades contemporâneas onde vencer uma batalha, superar obstáculos, arriscar-se em aventuras se estende à busca de parceiros em interações mediadas em que a alteridade é inserida em um imaginário masculino em que a conquista é o objetivo central.

Da busca despreziosa por experiências, Lucas passou a utilizar o aplicativo com objetivos mais precisos. No contexto atual, em que vive uma relação explicitamente aberta, ele passou a usar o *Tinder* de maneira mais assídua para conversar e encontrar seus contatos presencialmente. É importante frisar que Lucas, por ser de uma família de classe média, o acesso que teve a essas plataformas se deu em um contexto de entrada desses aplicativos no Brasil, logo um período onde os seus usos se limitavam a quem tinha acesso a um *smartphone* e a internet. Bem familiarizado com o uso das tecnologias, seja pelo acesso, seja pela facilidade que tinha para manejá-las, Lucas iniciou suas interações com outros homens através dessas plataformas digitais. Por ser muito tímido e introvertido, os aplicativos constituíram na única possibilidade de conhecer outras pessoas e de desenvolver suas primeiras experiências afetivas e sexuais com outros homens. No processo de reconhecimento de Lucas como um homem gay, os aplicativos atuaram como espaços de construção de uma identidade, seja auxiliando nos processos de socialização com outros homens gays, seja possibilitando formas de identificação e reconhecimento.

Lucas qualifica a sua experiência nos aplicativos de paquera como sendo bastante positiva. O fato dele ser uma pessoa introvertida, mas ao mesmo tempo gostar muito de conversar favoreceu suas buscas. Soma-se a isso o fato dele ser um homem que apresenta traços corporais associados a um perfil de masculinidade

desejável, como cor de pele, barba e tipo físico. As fotos que Lucas utiliza no seu perfil revelam o uso estratégico que ele faz de sua imagem nos aplicativos. Nas fotos somente rosto ele aparece sorrindo e nas de rosto e corpo ele aparece sentado de frente para um espelho de academia. Lucas me revela que inicialmente só utilizava fotos de rosto no aplicativo em um momento em que ele não estava muito satisfeito com seu corpo. Depois que começou a ir com mais regularidade para academia e perceber os resultados passou a utilizar fotos também de corpo.

A partir das trocas que tivemos em nossas conversas, pude extrair de sua fala que os meios digitais funcionaram como um espaço de liberdade onde Lucas pôde vencer parcialmente sua timidez e praticar melhor sua sexualidade.

Então de início era uma coisa bem casual, e eu lembro que foi maravilhoso, né, quando eu tinha 18, 19, 20 anos, era ótimo porque eu não tinha nenhum relacionamento sério e monogâmico, né, então, de certa forma, eu estava bem livre ali. E cada vez mais eu fui me descobrindo como uma pessoa bem sexual, e usar esses aplicativos, para mim, foi tipo... Como é que eu posso dizer... Uma espécie de libertação, porque era um lugar onde eu poderia praticar a minha sexualidade, né. Então foi uma experiência muito, muito, muito positiva. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

O caráter positivo que ele atribui aos usos que faz dos aplicativos de busca de parceiros está diretamente ligado à sua experiência com essas plataformas e da maneira como elas contribuíram na relação que ele tem hoje com a sua sexualidade. No contexto da vida de Lucas, os aplicativos, em particular, e as outras plataformas de busca de parceiros que os antecederam, como o bate-papo UOL, cumpriram uma função pedagógica, possibilitando a descoberta dele como uma pessoa “bem sexual”. Essa constatação veio também com uma espécie de autoaceitação, o que possibilitou Lucas vivenciar suas experiências afetivo-sexuais sem muitos conflitos. Nos momentos em que nos encontramos pessoalmente, via que Lucas parecia saber administrar bem o seu tempo, pois eu me questionava como ele conseguia dar conta de um marido, um namorado, dois empregos e ainda ter tanta disposição para incluir mais gente em sua vida amorosa e sentimental. Eu sabia que no fundo aquela questão era mais minha do que ele e com o tempo fui me dando conta disso. Sei que Lucas não dava conta de tudo, mas a questão não me parecia ser essa. Lucas se sentia confortável com o formato de relação que escolhera. Embora ele tenha relatado a mim

suas constantes crises de ansiedade e de trabalho intenso (tempos depois Lucas optou renunciou a um dos empregos), ficar e se envolver com muitos homens não parecia ser uma questão para ele.

Lucas tem dois empregos, trabalha no ramo da tecnologia, é casado, tem um namorado e também se relaciona com outras pessoas ocasionalmente. Ele me parecia organizar o seu tempo com muita tranquilidade e me angustiava simplesmente o fato de imaginar a quantidade de demandas emocionais que eu teria de lidar se estivesse no lugar dele. Essa convivência e nossas conversas representaram para mim um importante exercício de alteridade. Sobre a sua relação com o tempo e a sua relação com os usos intensificados dos aplicativos de busca Lucas afirma que

[...] “por mais que eu goste bastante desses aplicativos, eles ainda consomem bastante tempo. Tipo, eu te disse que eu devo usar aí talvez 30-60min, eu vou dizer que é 1hr, eu uso 1hr por dia esses aplicativos, mas 1hr ainda é muito tempo [Ri], tipo 1hr por dia no final do ano vai dar 360 hrs, isso é tipo tempo pra cacete. E sei lá, se quase sempre tivesse interações legais, ou se quase sempre eu chegasse nos meus objetivos, que seria talvez sair com alguém, sair pra um date ou sair pra curtir, seria mais legal, mas não é tão comum assim, não é algo que acontece tão comumente. Hoje mesmo eu estava usando o Grindr, não sei, e fiquei pensando sobre isso, “Nossa, eu já usei tanto hoje, não sei nem porque eu estou usando, eu deveria estar trabalhando, poderia olhar antes ou depois do trabalho, mas eu estou fazendo isso pelo costume mesmo de estar sempre ali...”. E acaba sendo uma perda de tempo, isso acaba me atrapalhando, então tem esses dois pontos aí, eu acho que é divertido mas é algo que atrapalha o meu dia a dia e no final não é um bom custo-benefício em termos de tempo, acho que é essa a questão.” (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

O costume de estar sempre usando o aplicativo e a sensação de perda de tempo demonstra que nem tudo está no controle Lucas e de que empreender a si mesmo nos aplicativos, como na vida, tem seu revés. O empreender-se revela-se mais como uma fachada, um cartão de apresentação, uma forma de anunciar que supostamente vai despertar mais o interesse do outro e conseqüentemente viabilizar mais interações. Mas não é bem isso que acontece. Estar muito tempo no aplicativo não implica garantir um encontro presencial com alguém ou desenvolver alguma interação que vá além da etapa roteirizada inicial. Há quem sustente esse comportamento mais distante, mais objetivo (um comportamento que denega a existência de uma subjetividade) até o encontro presencial, o que não é o caso de Lucas. Seu discurso revela que grande quantidade de tempo “investido” no aplicativo,

na maioria das vezes, configura-se em tempo perdido por não implicar no alcance de seus objetivos que consiste em sair com alguém, sair para um *date* ou, simplesmente, sair para curtir. Lucas calcula esse tempo perdido ao longo de um ano em buscas em que o resultado, na maioria das vezes, dá soma zero: “.1hr por dia no final do ano vai dar 360 hrs, isso é tipo tempo pra cacete.” Lucas me ensinou que empreender também é perder sobretudo tempo.

Embora Lucas atribua uma importância significativa para as interações digitais e a maneira como elas atuaram como elementos que forjaram sua identidade como homem gay, ele não enxerga os meios e as interações digitais a partir de uma perspectiva romântica, mostrando-se capaz de se distanciar e perceber criticamente o funcionamento deles, seja quando reconhece que os aplicativos de busca de parceiros são empresas que atuam a partir de algoritmos que moldam, interferem e organizam os usos das pessoas, seja quando constata como um ideal de sucesso é fomentado por essas mídias e incorporado pelos usuários como uma possibilidade de engajamento, aumentando as chances de construção de parcerias afetivas e sexuais ou servindo tão somente para medir o grau de desejabilidade sexual dos usuários.

Não sei se tu já notou isso no Tinder<sup>66</sup>, mas depois que você passa um tempinho sem usar, digamos, a última vez que eu usei foi ontem, se eu entrar agora no aplicativo a primeira pessoa que eu ver vai ser sempre, sempre, sempre, com certeza absoluta, uma pessoa branca, potencialmente padrãozinho, ou uma pessoa que vai fazer sucesso, uma pessoa que tem barba, uma pessoa que tem um emprego, uma pessoa que geralmente é “cobiçada”, digamos assim, entre aspas, um médico, um odontologista. Ele sempre vai pegar uma pessoa que ele tem certeza absoluta que você vai dar *like*.

A segunda pessoa que você vai ver tem uma grande chance de ser uma pessoa que deu *like* em você, e, nesse ponto, eu consigo até entender o porquê. Mesmo sem você notar de forma consciente, inconscientemente você vai notar que a segunda pessoa sempre está te dando um *like*, e isso já vai te dar um pouco de satisfação em saber se aquela pessoa gosta ou não de você antes mesmo de você dar *like*, então é meio que te dar um feedback positivo, uma injeçãozinha de serotonina para você querer continuar passando pelas pessoas ali. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

---

<sup>66</sup> É importante ressaltar que muitos usuários consideram o Tinder um aplicativo de relacionamento e o Grindr e o Scruff como aplicativos de pegação. Essa diferenciação interfere diretamente na forma de apresentação e no uso que cada usuário faz dessas plataformas. É comum ver usuários que possuem contas no Tinder e no Grindr (ou no Scruff) e utilizarem fotos distintas em seus perfis. No Tinder, é comum os usuários exporem fotos de rosto e informações de cunho pessoal, como profissão por exemplo, e relativas a estilo de vida, como gostos e viagens já realizadas. No Grindr e no Scruff, os perfis costumam ser mais enxutos, com informações mais diretas (como idade e preferências sexuais).

Esse reforço positivo a que Lucas se refere é um recurso utilizado por todas as redes sociais digitais na contemporaneidade. Para Brunelli, Silva e Amaral (2019, p. 230), o *like* funciona como uma “espécie de moeda que insere ou repele, torna público e decreta falência, dá status ou marginaliza”. A mediação algorítmica<sup>67</sup> é baseada no cálculo que é feito por essas mídias a partir dos dados pessoais que oferecemos para essas empresas que, por sua vez, disponibilizam para nós aquilo mais próximo dos nossos anseios. Embora a opção do *like* não seja um recurso presente no Grindr há o “biscoito” que consiste em um recurso que cumpre a mesma função. Sobre o papel dos algoritmos nas plataformas digitais e de sua limitação em considerar dados qualitativos dos usuários, Rosa (2017, p. 68) afirma que:

[...] algoritmos são como engrenagens digitais previamente programadas para se manterem funcionando sozinhas de acordo com as orientações estabelecidas por interesses dos servidores. Eles servem para que haja uma leitura das informações fornecidas pelos usuários e de seu comportamento na rede, para que, assim, o site que os programou possa indicar publicidade, potenciais parceiros/as para encontros amorosos mais certos e, até mesmo, uma lista de música mais coerente com o comportamento musical do/a usuário/a. Os algoritmos, como aponta Frédéric Martel (2015), exigem e acabam reforçando uma redução do comportamento e das ações humanas em poucos códigos como um click, palavras-chave, imagens etc. para poder ler o/a usuário/a de modo mais dinâmico, mas, ainda assim, muito limitado quando se trata de levar em consideração elementos mais qualitativos dos/as usuários/as”.

A busca constante por satisfação<sup>68</sup>, expressa na expectativa do próximo *like*, do “biscoito” tem gerado um estado de ansiedade, dependência e vício nos usuários das redes sociais de uma maneira geral<sup>69</sup>. Conforme afirma Pelúcio (2019, p. 30), as mídias digitais são “mídias ansiosas e impacientes, melhor dizendo, nos provocam facilmente essas sensações”.

---

<sup>68</sup> Segundo Han (2008, p.165), a busca constante de satisfação, centrada em um imperativo do gozo, responde as demandas atuais do sistema capitalista onde se verifica a todo o momento um comportamento de autossuperação dos limites do sujeito. Essa versão do capitalismo e das formas de sofrimento que ele produz coincide com “uma passagem da ética da renúncia para uma ética do gozo e da performance que faz com que os sujeitos vejam o trabalho como espaço de autorealização e liberdade.

<sup>69</sup> Algumas pesquisas apontam a relação entre ansiedade, dependência e vício aos usos intensificados das redes sociais. Ver em autores como: FONSECA; COUTO; MELO; AMORIM; PESSOA, 2018/AZEVEDO; NASCIMENTO e SOUZA, 2014.

Ao descrever o funcionamento do *Tinder* como uma empresa, Lucas avalia de que maneira esse mercado produz mais-valia a partir do consumo permanente de sensações por parte dos usuários em um contexto em que a vida se torna um projeto, uma produção ininterrupta de felicidade visando a obtenção máxima de prazer e o afastamento do tédio.

Uma das muitas razões pelas quais a felicidade se tornou uma mercadoria tão essencial e eficiente no capitalismo de consumo é porque as emodities não se limitam a oferecer momentos efêmeros de prazer, fuga, esperança, consolo e assim por diante. Pelo contrário, elas redefinem, de modo mais ou menos explícito, a busca pela felicidade como um estilo de vida, um hábito da mente e do espírito, enfim, um modelo de identidade que transforma os cidadãos das sociedades neoliberais em psicadãos. Podemos definir o psicadão como uma subjetividade individualista e consumista que faz com que os cidadãos de sociedades neoliberais sejam clientes para os quais a busca da felicidade se torna uma segunda natureza graças a convicção de que a funcionalidade e o valor pleno do indivíduo estão intimamente ligados à autootimização contínua por meios psicológicos. (CABANAS; ILLOUZ, 2022, p. 180).

O tempo, o modo de utilização dessas plataformas que lembra a um só tempo um jogo e uma atividade de consumo e a ideia da abundância de que é possível interagir simultaneamente com uma quantidade cada vez maior de perfis têm efeitos diretos no sucesso e na lucratividade dessas empresas.

Quando você para pra analisar, a base disso é que a ideia do Tinder é consumir, não é você conhecer ninguém, é você estar ali naquele *looping*, nesse ciclo de estar consumindo o *Tinder*, que são consumir as pessoas que estão ali, de ter esse momento de “felicidade” que é dar um match com alguém, que você pode nem acabar conversando com ela, mas você só quer um match. Então por que tudo isso acontece? No final, é para o Tinder ganhar dinheiro, ele construiu isso para ganhar dinheiro. Eu falo isso primeiro do Tinder porque é onde fica bem mais óbvio isso, é bem claro, mas se eu for parar para analisar outros aplicativos, no final é a mesma coisa. Eles vão querer te dar muita opção para você querer ficar mais tempo lá, querer “filtrar” mais, e na verdade todos esses aplicativos - SCRUFF, Growlr, Grindr -, a parte de filtrar é sempre a parte paga, é sempre tipo, “Se você quer passar menos tempo no meu aplicativo, você tem que pagar por isso. Você quer achar logo o que procura? Se você quer ir logo ao ponto, você tem que pagar por isso, senão você vai ficar passando bastante tempo aqui”. E você vai acabar dando dinheiro para eles por dois motivos. Um é propaganda, que todos esses aplicativos têm; e dois de uma espécie de marketing mesmo, tipo se você usa o SCRUFF você está fazendo [com que] o SCRUFF fique mais conhecido, você está meio que fazendo um marketing pra ele. Se você está no SCRUFF você está aumentando a quantidade de pessoas que usa, e isso é positivo para eles, né, você vai querer os aplicativos que têm mais gente usando. Então, no final, a base de tudo é que eles estão ali para vender, então

o que faz vender a mais vai ser a maneira como as pessoas vão se relacionar. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

Embora Lucas afirme que os aplicativos são plataformas de consumo que atuam por meio da propaganda e do marketing dos seus usuários oferecendo como contrapartida um instante de felicidade, ele continua sendo um usuário dessas plataformas. A avaliação crítica que ele tece sobre essas elas não o impede de usá-las, nem de reduzir o seu tempo de uso, mas faz com que ele imprima a sua maneira particular de usar. Seja quando se vale do roteiro da entrevista como ponte para viabilizar seu objetivo principal que é ter encontros, seja quando exercita sua agência sexual, seja quando as utiliza como espaço de sociabilidade ou possibilidade de contornar sua timidez, Lucas cria seus modos de usos que não se limitam a uma forma de uso hegemônica e, portanto, mais instrumentalizada.

Ao discorrer sobre os efeitos dos *likes* no contexto das interações sociais digitalmente mediadas, Lucas apresenta algumas mudanças experimentadas com o passar do tempo nos usos das redes sociais e de como as empresas têm se utilizado da tecnologia para produzir em nós sensações positivas e modelar os nossos afetos.

Sobre o que tu falou sobre editar não só o meu corpo, mas a minha vida, para parecer uma coisa “perfeita” porque isso vai dar like - é o que as pessoas almejam para elas, apesar de em geral ser algo completamente falso - porque isso vai me dar uma resposta, vai me dar um pouquinho de hormônio e eu vou ficar feliz. Vou ficar feliz de verdade? Não. Mas aquele “tapinha” de felicidade que eu recebo quando esse tipo de interação acontece já é o suficiente para eu continuar querendo fazer, e entra nesse ciclo vicioso de querer continuar recebendo esse tapinha de felicidade. Isso é o que molda a gente hoje em dia. Para isso é que as empresas estão usando tecnologia hoje em dia. É a única forma de se usar a tecnologia? Obviamente que não. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

Ao compartilhar sua experiência como usuário dos aplicativos de busca no contexto da pandemia, Lucas afirma que os aplicativos haviam perdido seu objetivo principal que, para ele, era o de encontrar pessoas presencialmente. Ele menciona que já em um período anterior a pandemia, se mantinha vinculado como usuário dos aplicativos mais por uma questão de hábito e pela sensação de autossatisfação que a dinâmica dessas interações proporcionava a ele. A sensação de cansaço diante do aumento das demandas de trabalho, somado a um quadro depressivo e ao contexto

de isolamento social afetaram não só seu tempo de uso, mas seu interesse, sua motivação, como se já não fizesse tanto sentido utilizar os aplicativos se ele não poderia encontrar presencialmente as pessoas.

Esses aplicativos são viciantes, né, eles são feitos para isso, principalmente o Tinder, e acaba que não foi tão positivo porque eu não tinha um real objetivo, eu estava ali pelo costume ou pelo gozo, ou os dois. Enfim, começou a não ser tão positivo assim, e foi piorando por conta da pandemia porque, enfim, né, não tinha o que fazer, tipo “Ah, conheceu uma pessoa super legal? Não importa, porque não vou sair com ela”. Mas isso vem melhorando nos últimos meses porque eu tenho me sentido mais ativo, digamos, em termos de socialização mesmo, a gente está podendo sair mais de casa, sexualmente eu estou me sentindo mais ativo do que eu estava um tempo atrás, tive minhas questões psicológicas mesmo, eu tive, enfim, era uma pessoa muito depressiva até uns 2 anos atrás e eu comecei a me tratar e hoje eu estou num lugar muito melhor e aí eu sinto mais vontade de conversar, de sair com pessoas, então hoje está ficando bem positivo de novo, apesar do meu cansaço - eu tenho muita coisa para fazer e não dá tanto tempo assim de usar o Tinder e outros aplicativos, né. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

Mesmo considerando todo o contexto de plataformização da sociedade<sup>70</sup> que tem efeitos na dinâmica das relações sociais, Lucas me oferece um olhar que produz uma curva com relação aos outros relatos que havia escutado até então. Ao indagá-lo sobre uma percepção minha acerca da homogeneização dos perfis e do caráter roteirizado das interações, Lucas me faz atentar para um aspecto simples do uso dos apps e que eu não estava considerando em minhas análises. Ele diz: “Eu acho que você precisa primeiro andar, se a questão principal do aplicativo é localização, você precisa ir para outras localizações, né, então você tem que “andar”, figurativamente.” Esse andar figurativo mencionado por ele não é apenas figurativo, tendo em vista que um dos principais recursos do aplicativo é a geolocalização. Conforme afirma Padilha (2019, p. 71), “a mobilidade dos telefones não tornou as

---

<sup>70</sup> “A plataformização da sociedade refere-se à inextricável relação entre plataformas online e estruturas societais. Muitos dos nossos setores sociais, seja transporte, saúde, educação ou jornalismo, têm se tornado quase inteiramente dependentes das infraestruturas digitais providenciadas pelas cinco grandes empresas de plataformas dos Estados Unidos: Google (Alphabet), Amazon, Facebook, Apple e Microsoft. Eles arquitetaram suas infraestruturas de acordo com os mecanismos de plataforma que nós definimos como dataficação, mercantilização e seleção algorítmica. Gradualmente, devido às nossas dependências em relação a determinadas infraestruturas, esses mecanismos começam a estruturar nossas vidas inteiras.” (VAN DIJCK, 2019, entrevista).

peças independentes do lugar”, contudo modificou nossa experiência com a cidade e com o flerte.

Como eu poderia visualizar outras maneiras de usar o aplicativo senão andando por diferentes bairros da cidade? A análise dos perfis mais próximos geograficamente da região onde eu moro não me possibilitaria perceber outras formas de uso do app, talvez até apropriações criativas por parte dos usuários de outras regiões da cidade. Compartilhando essa observação comigo, ele me fez compreender que não se tratava apenas de um andar metafórico, mas de andar pela cidade mesmo, se mover no espaço para identificar outros usos possíveis já que o limite do raio que me separava espacialmente dos outros usuários me permitia ter acesso a uma pequena amostra dos perfis, o que me fazia considerar os perfis muito similares. Não que o critério regional fale tudo sobre os usuários, mas considerá-lo como um importante marcador social foi decisivo para que eu refletisse sobre como os marcadores sociais da diferença, como raça, classe, idade e gênero se articulam de maneiras distintas em algumas regiões da cidade conformando experiências e formas de usos que se alteram de um bairro para outro. Se a paisagem social muda, os corpos e os usos também se modificam. Quais são os corpos que encontramos no Meireles, no Dionísio Torres e na Aldeota (bairros tidos como nobres na capital cearense)? Como se entrelaçam fatores como cor de pele, classe social, tipo corporal, idade tornando esses usos muito parecidos?

Obviamente vai variar de região para região, mas é interessante notar que, como eu te disse, eu gosto muito de “ursos”, e, se eu for parar para observar, não tem muito urso ao meu redor - apesar de ter bastante gente ao meu redor, “urso” não tem tanto -, mas quando eu vou para áreas mais periféricas em relação ao [lugar onde] eu moro, começam a aparecer mais e mais e mais e mais. Tanto que, por exemplo, no GROWLr, que é especificamente para “ursos”, né, tem pouquíssimas pessoas perto de mim, se eu for olhar na lista, se eu for na 4ª ou 5ª pessoa, eu já estou a 4-5 km de distância. Então, pelo menos na minha experiência, é interessante notar que quanto mais classe alta, menos variação tem. Eu estou falando especificamente de “ursos”, mas se eu for falar de outras variações de corpos, de vestimentas, forma de se expressar, vai variando bem menos. Então, por exemplo, eu encontro muita gente que cabe na denominação de “padrãozinho” aqui perto de mim. Então eu acho interessante notar isso, que quando vai subindo a classe da pessoa, vai também diminuindo quanto ela vai variando. Mas se, por exemplo, eu tô no Benfica, eu vou numa festa lá e eu abro o Grindr e o SCRUFF, têm tipo 1 milhão de pessoas completamente diferentes de mim. E 1 milhão é claro que eu estou usando um número exagerado [Ri]. Mas definitivamente tem nesse aplicativo gente de todo tipo, toda raça, toda classe, enfim, mas quando vai chegando pelo menos nessa...Não sei se acontece lá para as classes bem mais baixas, mas nas classes bem mais altas o nível de variação de tipo de

gente é bem menor. E sim, isso definitivamente é relacionado à geolocalização, né, é o que eu te disse, eu moro num bairro de classe alta, geralmente é bem fácil denominar áreas em relação à classe das pessoas que moram naquela área, né. Então vai variar de área em área. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

Lucas vive atualmente em uma relação poliamorosa. Ele é casado, mas tem um namorado que conheceu pelo *Growlr*<sup>71</sup> e utiliza os aplicativos para conhecer outras pessoas. Em nossas conversas, ele me explica como funciona a dinâmica de suas relações de uma maneira muito clara. Ao observar de perto, através de um tempo de convivência, a dinâmica de suas relações, passei a naturalizar esse tipo de relação ou pelo menos a maneira como ele lidava com ela, abrindo mão de categorizá-la, de antemão, a partir dos meus critérios valorativos. Lucas me ensinou através da maneira como vivia sua relação poliamorosa que relações abertas não são necessariamente relações frouxas, onde não há espaço para o sentimento e para o envolvimento. Muito pelo contrário, ao me aproximar de sua forma de vida, percebi como ele procurava ser atencioso e honesto com seus parceiros.

Lucas usa os aplicativos de busca para encontrar parceiros, curtição, sexo casual com intimidade. Ele diz não procurar nos aplicativos relacionamentos de longa data, embora não descarte essa possibilidade. Suas buscas são orientadas para uma experiência mais imediata. Lucas afirma que a imediaticidade pode ter um aspecto positivo, pois ela lhe possibilita ter encontros presenciais antes da interação “morrer”. Segundo ele, esse tipo de experiência mais imediata e com a qual ele mais se identifica é mais comum no *Grindr* e no *Scruff* do que no *Tinder*. Interessante destacar que embora ele prefira as relações mais imediatas, isso não quer dizer que ele busque sexo automático ou sem conexão. A finalidade dele não é ficar preso ao roteiro de perguntas feitas pelos usuários no aplicativo, mas poder migrar para outras redes sociais a fim de encontrar a pessoa presencialmente. O aplicativo serve como ponte para realizar seu real objetivo que é conhecer pessoas presencialmente.

Eu já tive bem mais conversa no *Tinder*, por exemplo, talvez porque tenha essa base maior de usuários, mas talvez também porque tenha uma cultura maior de “Vamos conversar um pouco mais, conversar sobre coisas

---

<sup>71</sup> Em seu site o *Growlr* se apresenta como “A rede social do Urso” e como um “aplicativo de rede social completo para ursos gays.” Para saber mais: <https://www.growlrapp.com/>. Acesso no dia 11 de abril de 2023.

diferentes”, que não é só sobre o “agora”, tipo “O que é que tu curte? O que a gente pode fazer agora?”, coisas assim.

Isso é mais cultural, e eu noto isso na minha experiência, mas na minha experiência, sendo mais específico, eu noto que eu consigo ter relações maiores com pessoas nos outros dois aplicativos, entendeu, o Grindr e o SCRUFF, porque acaba que no Tinder tem tanta... Isso se estende tanto, de tipo “Bora se conhecer, bora conversar sobre alguma coisa antes de decidir o que podemos fazer”, que acaba se perdendo a conexão, alguém acaba parando de responder, você vai conhecendo a ponto de notar “Ah, talvez a gente não tem tanta afinidade assim”, que acaba cortando, enquanto no Grindr e no SCRUFF a coisa do imediatismo acaba que você tem experiências de verdade, e aí pode... Pelo menos na minha experiência, né, é mais fácil de ter uma... De ter experiências fora do aplicativo, de conhecer a pessoa, de transar com a pessoa, de sair para um encontro. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

Ao contrastar o tipo de experiência que tem no *Tinder* para as que desenvolve *Grindr* e no *Scruff*, Lucas expõe outros usos associados ao imediatismo e ao que entendemos como relações mais profundas. Se o *Tinder* abre margem para interações mais intimistas com uma pessoa, essas interações acabam, por sua vez, não se sustentando a longo prazo porque o desejo de alimentar diariamente um contato se perde com o passar dos dias. Arrisco dizer que isso acontece dada a lógica da abundância que organiza a dinâmica dessas plataformas, onde o usuário vivencia suas interações orientado por um comportamento cumulativo em que se fixar em uma relação, escolher um parceiro significa perder. Entrar em uma relação consiste em uma mudança do valor pessoal no mercado afetivo já que é o sentimento constante de estar buscando que assegura aos homens o seu valor enquanto homens. É também a busca que os viriliza, pois, como já dissemos, caçar, jogar se constituem em atividades que quando postas em prática funcionam também como práticas importantes no exercício de um tipo de masculinidade. Sobre a maneira com as relações se organizam no apps de busca de parceiros, Lucas afirma que:

É uma coisa meio 8 ou 80: ou você dá match com uma pessoa e você vai interagir bastante, vai ser super legal, vocês vão conservar, não que necessariamente vai dar tudo certo, você sair com a pessoa ou coisa assim, mas vai ter conversa, vai ter interação, vocês vão desenvolver alguma coisa, isso seria o 80; ou vai ser o 8, que é tipo você falar um Oi e a pessoa não vai responder, ou vice-versa, ou vai ter uma troca de 10 mensagens no total e vai parar. E geralmente não tem um meio-termo não, ou não tem interação mesmo ou tem bastante interação. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

A queixa de que as interações nos aplicativos burocratizaram o sexo apareceu tanto em alguns perfis que analisei como nas conversas que tive com alguns usuários. Esse processo de burocratização me lembrou muito os efeitos daquilo que Illouz (2011) conceitua por capitalismo afetivo. Ela afirma que o entrelaçamento do registro emocional com o registro econômico tem como efeito a dificuldade de retorno do campo estratégico para o afetivo. Isso a meu ver se explica a partir de dois fatores: 1) estamos vivendo em uma sociedade onde o pensamento estratégico invadiu todas as esferas da vida e 2) historicamente as masculinidades e as homossexualidades foram pedagogizadas para a violência, para os excessos, para o não controle dos desejos, para o sexo acumulativo e serial que funcionaram e continuam funcionando como ritos de reiteração da masculinidade hegemônica (PELÚCIO, 2019). Desse modo, a burocratização do sexo parece responder aos anseios de uma sociedade neoliberal expressa em um comportamento hiperindividualizado e que, no contexto dos usos das mídias digitais, alimenta a ideia ilusória de que esses usuários estão no controle de suas interações.

Padilha (2019) afirma que os aplicativos de busca de parceiros introduzem um elemento de racionalização nas interações sociais assentado no cálculo estratégico tendo efeitos sobre a subjetividade. Para ele, essas plataformas se nutrem a partir de uma compreensão neoliberal do sujeito na medida em que o projeta como alguém que faz escolhas livres em um ambiente livre de interferências. (PADILHA, 2019, p. 184). Os aplicativos de busca de parceiros respondem muito bem a um conjunto de inflexões trazidas com essa nova versão do capitalismo que cunhamos de neoliberalismo, seja refletindo os processos de hiperindividualização, seja através da colonização da vida afetiva e sexual pela esfera de consumo.

Lucas exemplifica esse contexto de burocratização das relações nos apps ao mencionar o comportamento avaliativo mobilizado por alguns usuários. Ele chama de filtro longo as inúmeras exigências que algumas pessoas acionam e conclui que esse tipo de comportamento revela um traço de uma pessoa que não está disposta a ter o trabalho de conhecer alguém. Ela simplesmente estabelece expectativas bastante elevadas e fica presa a uma posição de selecionador aguardando o *match* perfeito.

Olha, eu sou uma pessoa desse tipo, eu estou procurando uma coisa em específico (sei lá, eu estou procurando curtir), e é isso". É diferente de uma pessoa que tipo, "Olha, eu estou procurando isso, isso, isso, isso, isso, isso e isso...". Cria uma pessoa ideal, "Eu quero essa pessoa ideal", é como se

fosse um filtro logo, porque a pessoa não quer ter o trabalho de conhecer os outros para achar essa pessoa que ele está procurando. Isso é o tipo de coisa que me repele fortemente. (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

Esse processo de idealização que trabalha com metas inalcançáveis tem orientado os usos da maioria das pessoas nos aplicativos de busca de parceiros e reflete também o contexto de uma sociedade neoliberal centrada no indivíduo e na formação de subjetividades empreendedoras orientada para a maximização de benefícios e a minimização de prejuízos. O uso de Lucas dessas tecnologias digitais está diretamente vinculado ao seu processo de reconhecimento como homem gay e a descoberta de sua sexualidade. De fato, é inegável que na experiência de Lucas eles cumpriram uma função pedagógica importante. Lucas como uma pessoa que trabalha com tecnologia e que teve acesso aos dispositivos digitais ainda muito jovem utiliza essas plataformas para conhecer pessoas, para exercer sua agência desejante já que só a partir de tal momento da vida que começou a frequentar espaços presenciais de sociabilidade gay. Sua crítica as dinâmicas dos aplicativos e das redes sociais em geral reflete que seus usos são carregados de incômodos, de reflexões e de crítica. Para ele, a recompensa que o *match* e o biscoito trazem é, na maioria das vezes, insuficiente, pois possui uma curta duração, desconsiderando os outros momentos do cotidiano da vida de uma pessoa que uma foto não é capaz de mostrar. Ele conclui que o que se tem se produzido nesses espaços é muito mais tristeza do que felicidade. Para ele, o que se ganha de um *like*, de um biscoito ou de um *match* é só “um tapinha” de felicidade.

#### **4.2 “No meu desejo sexual, quem manda sou eu”**

Pesquisador: Que tipos de perfis não lhe atraem?

Márcio: Perfis de gente novinha, perfil de gente que fuma, perfil de gente que bebe, perfil de gente que apresenta fotos muito sensualizadas, quase beirando ao pornô, perfis que se descrevem quando o camarada diz que é exclusivamente passivo, falando do *Grindr*, ou mesmo do *Tinder*. Tem gente que já coloca essa informação de cara, o que evita realmente muita perda de tempo porque se o camarada é exclusivamente passivo ou exclusivamente ativo e, porventura, esse perfil não combina com o meu eu, eu não vou puxar conversa com ele, né? Eu não vou perder tempo nessa conversa virtual e não vou jamais partir para o encontro presencial com essa pessoa que não combina comigo na cama. Então essa informação pra mim é fundamental! Perfis que também não me atraem é quando o camarada demonstra que é

afeminado. Não gosto de afeminação, não me atrai, não me sinto atraído por homens afeminados. Eu acho que é normal, né? Eu sou gay e eu sendo gay significa que eu gosto de homem, da virilidade dele, da masculinidade dele. É isso que me chama a atenção. Todo respeito pra quem discursa dizendo que foram as gays pintosas, foram as travestis que seguraram a bandeira, que lutaram pelos nossos direitos, que montaram uma Comissão de Frente e saíram em marcha pelas ruas exigindo respeito e dignidade para a comunidade LGBTQUIA+. Beleza, tiro o meu chapéu para quem capitaneou essa luta. Tem todo o meu respeito, mas na minha cama eu tenho direito de fazer minhas escolhas, de ter minhas preferências. Lhe respeito lá na rua, quero como amigo, sabe, tiro o meu chapéu também, mas na minha cama de afeminado basta eu. No meu desejo sexual, quem manda sou eu, quem decide sou eu, quem define sou eu.” (trecho de entrevista retirada do diário de campo).

Conheci Márcio no *Grindr* no ano de 2022. Recebi uma mensagem dele comunicando seu interesse em colaborar com a pesquisa. Depois de informar meu número de *Whatsapp*, enviei um questionário com algumas perguntas e ele optou por responder através de áudios. Os áudios enviados por Márcio tinham todos mais de dois minutos.

Nesse período, estava com muitas dificuldades em finalizar o campo, pois até aquele dado momento havia encontrado poucas pessoas que estavam de fato dispostas a conversarem comigo, a estabelecerem um contato mais prolongado. Muita gente havia se interessado em contribuir com a pesquisa, contudo a maioria delas queria estabelecer uma interação rápida, pelo aplicativo mesmo, o que inviabilizava os propósitos da pesquisa já que eu me interessava em me aprofundar nas questões. Percebi aí a especificidade do campo e de como ele esbarrava com meu objetivo de pesquisa em me aprofundar nas questões compartilhadas pelos meus colaboradores. Enquanto eu queria ouvir mais das pessoas, interagir mais, me aprofundar nas questões, a maioria dos usuários interessados em conversar comigo pareciam ter pressa em colaborar. Eles queriam contribuir na hora deles, geralmente em horários complicados como meia-noite por exemplo, e através da própria plataforma do aplicativo evidenciando com esse comportamento o argumento tão presente no discurso de muitos usuários de que eles não estavam ali para perder tempo.

O diálogo com Márcio me possibilitou compreender melhor o seu ponto de vista, na medida em que ele se mostrava disposto a falar, a desenvolver suas respostas, sem pressa. Embora ele, em muitos aspectos, encarne uma série de expectativas cultivadas pela maioria dos usuários do aplicativo, como por exemplo, a valorização da masculinidade e da virilidade, a objetividade na hora de estabelecer

relações e o comportamento empreendedor com relação a gestão dos seus afetos, Márcio se mostrou disposto a pelo menos compartilhar suas experiências comigo de maneira mais demorada, o que me forneceu dados empíricos para compreender analiticamente o seu ponto de vista. Márcio é professor na rede pública de ensino e possui doutorado. Ele disse ter se colocado à disposição para colaborar com a pesquisa por achar o tema interessante e por ter ciência da importância da pesquisa na formação acadêmica.

Iniciamos nosso primeiro contato pelo *Grindr* e logo migramos para o *Whatsapp*. Nesse momento, eu ainda estava utilizando o envio do questionário pelo *Whatsapp* como forma de conseguir um número maior de colaboradores, na medida em que saber da pesquisa muitos me perguntavam: “me envia o questionário que eu respondo” me oferecendo pouca possibilidade para conversar, para saber mais. Pelo *Whatsapp*, enviei um questionário contendo 24 perguntas e, como resposta, Márcio encaminhou áudios longos alguns com mais de três minutos. Na volta para casa, fiquei tão entretido com o que escutava que não me dei conta do tanto que eu havia caminhado portando um celular no ouvido. Márcio era cru nas respostas e embora fosse prolixo muito era incisivo nos seus pontos de vista. Fui afetado pelo tom e pelo conteúdo daquele relato.

Márcio tem 42 anos, é solteiro, disse não saber se autodeclarar enquanto cor, mas durante a pesquisa foi possível heteroidentificá-lo como pardo. É professor e possui doutorado. Márcio utiliza no seu perfil fotos de rosto e corpo. As fotos de corpo, mostram ele na praia. As fotos dão ênfase ao corpo de Márcio que aparece na maioria delas de sunga. Ele se identifica como gay e diz que está no aplicativo em busca de um relacionamento amoroso. Para alcançar esse objetivo, utiliza os dois aplicativos de relacionamento: o *Grindr* e o *Tinder*. Embora os usos que ele faça dos dois aplicativos sejam diferentes, Márcio utiliza as mesmas fotos nos dois apps. Sua principal expectativa no uso dessas plataformas consiste em encontrar um parceiro para namorar: “*O que eu queria mesmo era gostar do cara a ponto de que a gente, tanto eu quanto ele, quiséssemos nos encontrar de novo, e de novo, e de novo, e daí desenvolver um namoro.*” Segundo Illouz (2011, p. 137-138) “a tecnologia da internet parece exacerbar uma dimensão da experiência tida como nitidamente moderna, qual seja, a disparidade entre as expectativas e as experiências”. Diante de expectativas tão altas, Márcio acaba tendo poucos encontros e quando os tinha esses encontros pareciam não ser tão significativos para ele.

Márcio se apresenta como alguém que é independente financeiro e emocionalmente e diz procurar pessoas que estejam no mesmo patamar que ele e, com isso, exclui, de antemão, de suas preferências “homens novinhos”, “universitários que ainda estão na graduação”, “homens festeiros”, “baladeiros” e “aqueles que bebem e fumam”. Márcio possui um nível de exigência bastante elevada no que diz respeito as pessoas que são do seu interesse. Até aquelas que se mostram interessadas por ele, mas que porventura apresentam em seus perfis preferências que não correspondam ao seu tipo físico ele descarta, reduzindo ao máximo as possibilidades de surpresa no momento de uma interação presencial, agindo como um bom empreendedor emocional que calcula e exclui os possíveis riscos contidos em um investimento a fim de que possa estar seguro de estar fazendo o melhor investimento possível. Esse comportamento, orientado por um cálculo racional, mas também pautado em experiências anteriores evita a perda de tempo, elemento tão prestigioso no mercado atual, seja financeiro ou afetivo. O discurso de Márcio é atravessado também por moralidades e normatividades, presentes nos perfis de outros usuários e que orienta grande parte dos usos que são feitos dos aplicativos de busca de parceiros. O que parece estar em cena no discurso de Márcio é o medo do envolvimento e do que o encontro com a diferença do outro pode suscitar nele. Por isso, ele classifica e exclui os grupos de pessoas que não são dignas do seu desejo, ou que não vale o investimento, como “os novinhos”, “os festeiros”, “os que fumam e bebem” e “os estudantes de graduação”. Seu discurso revela também um desejo por uma imagem de gay idealizada, referenciada no ideal heteronormativo do “homem de verdade”: um gay “limpo” da bebida e do álcool, estável profissional e emocionalmente e discreto. Conforme afirma Pelúcio e Miskolci (2008, p. 18), “a materialização dessa heterossexualidade envolve processos que buscam acentuar ou apagar marcadores de classe, de raça e etários”. Márcio compartilha, como muitos usuários dos aplicativos de pegação, do culto da masculinidade hegemônica referenciada no protótipo do “homem de verdade”.

Muitos grupos homossexuais, a fim de evitar a total exclusão e segregação, estabelecem uma relação de cumplicidade com a masculinidade hegemônica, pois procuram adaptar-se às normas estabelecidas, uma vez que isso lhes conferem certas vantagens. Nesse sentido, encontra-se a metáfora do armário proposta por Sedgwick (1990), a qual assevera que o armário se consolida como um mecanismo ambíguo, pois ao mesmo tempo

em que se consolida como um espaço de proteção do homossexual, também se reafirma por seu caráter segregador. (BAPTISTA, 2018, p. 70).

Como um bom investidor, Marcos mapeia antes o terreno a fim de que possa estar seguro para fazer seus primeiros investimentos: “Eu começo a interação mandando a foto e mandando um bom dia, um boa tarde ou um boa noite. Se o cara responder, dali eu faço as perguntas tradicionais, clássicas: “onde é que você mora?”, “curte o que?” para eu saber se vale a pena investir. Se o camarada disser que mora lá na Caucaia (bairro localizado na região metropolitana de Fortaleza), não dá. Se o cara disser que mora na Messejana eu posso até pensar, mas se o cara disser que mora no meu bairro eu já me entusiasmo um pouco mais.” Seu entusiasmo depende do pouco esforço que demanda em uma interação e que valha a pena o seu deslocamento ao procurar se relacionar com pessoas que moram próximas a ele, afinal como expressa um outro usuário no seu perfil do Grindr “a gasolina está muito cara” para justificar um deslocamento. Tem que valer a pena.

Depois de um mapeamento inicial do terreno, Márcio parte para as primeiras apostas: “você curte o que, meu amigo? Qual é a sua expectativa aqui? É de comer, é de dar, tanto faz? Você joga em que posição do tabuleiro? E daí pronto. Não precisa mais perguntar mais nada. Aí eu já passo para a proposta. “E aí cara tu tá a fim, agora?” “Quer vir para minha casa?” “Quer que eu vá pra sua?”.

Como vemos em sua fala acima, Márcio enxerga o aplicativo como um jogo onde cada usuário possui uma posição específica no tabuleiro. A interação é compreendida por ele através de uma sequência de atos que envolvem: 1) Cálculo dos riscos que consiste na leitura e avaliação dos perfis; 2) Primeiros investimentos que consistem no envio de fotos e nas primeiras interações estabelecidas com outros usuários; 3) Primeiras apostas que consiste em fazer interações mais diretas como, por exemplo, perguntar o bairro onde a pessoa mora, inquirir acerca das expectativas do outro usuário, já adentrando nas perguntas sobre as preferências sexuais; e 4) proposta que consiste na marcação do encontro presencial propriamente dito. Esse roteiro não necessariamente é seguido nessa mesma ordem por todos os usuários do *Grindr*, podendo variar de usuário para usuário. Há quem comece interagindo já enviando ou pedindo um nudes, há quem comece a interação perguntando: “a fim de quê?” “a fim agora?”, o que demonstra que as interações embora sejam, em sua

maioria, roteirizadas elas possuem especificidades que mudam a depender do usuário e do contexto que ele utiliza o aplicativo.

O cálculo, a reunião de combinações que consideram distância geográfica, estilo de vida, tipo corporal, amadurecimento intelectual, independência financeira, dentre outros fatores, visa o encaixe das expectativas de Márcio com os perfis com os quais interage. Esse processo de racionalização da paquera é realizado a fim de que as interações se tornem o mais previsível possível, evitando, assim, as possíveis surpresas. Como disse um outro interlocutor, “nos apps as pessoas vestem o *“I’ve got the power”*” (tradução: Eu tenho o poder) e se sentem no controle da interação, acionando uma série de exigências como um consumidor que interage com o outro como se ele fosse um espelhamento de si mesmo, o efeito de um cálculo pautados em gostos e preferências e que, última instância atua separando “o joio do trigo”. O aparente controle do dispositivo libidinal e a maneira como a sociedade contemporânea tem transformado sujeitos em projetos justifica a afirmação de Márcio quando ele afirma ser dono do seu próprio desejo, que passa a ser o resultado de um cálculo estratégico que visa à maximização dos resultados no menor tempo possível. Conforme afirma Safatle (2021, p. 30-31):

[...] a generalização da forma-empresa no interior do corpo social abriu as portas para os indivíduos se autocompreenderem como “empresários de si mesmos” que definem a racionalidade de suas ações a partir da lógica de investimentos e retorno de “capitais” e que compreendem seus afetos como objetos de um trabalho sobre si tendo em vista a produção de “inteligência emocional” e otimização de suas competências afetivas.

O aparente controle do dispositivo libidinal, expresso na imagem de uma pessoa utilizando seu *smarthphone* e com as pontas dos dedos realizando operações técnicas para lidar com demandas subjetivas e sociais, seja deletando ou bloqueando um contato, seja silenciando uma conversa, seja filtrando por meio de gostos, preferências e localização as pessoas com as quais deseja interagir, alimenta a crença de Márcio e de outros usuários de que o desejo pode ser manipulado a seu bel-prazer. O desejo é visto por ele como uma propriedade, processo que Dardot e Laval (2010, p. 40) chamam de “racionalização empresarial do desejo” que consiste em um “fundamento normativo para a internalização de um trabalho de vigilância e

controle baseado na autoavaliação constante de si a partir de critérios derivados do mundo da administração de empresas” (SAFATLE, 2021, p. 31).

De fato, como afirmou Pelúcio (2017, p.12), “ninguém está de fato seguro diante do desejo”, na medida em que o desejo encontra seus limites e possibilidades a partir da interação com o outro, não estando este passível de um exercício de controladoria. Selecionar, adotar uma postura de suposto controle do desejo, calcular, garantir a previsibilidade das interações, otimizar os encontros, excluir as surpresas são recursos que acabam por transformar a paquera em um cálculo hiperracional e bastante solitário. Segundo Pelúcio (2017, p. 14), “o negócio dos aplicativos promete ser mais previsível, mas igualmente prazeroso. Administra-se tempo/espço e prazer; regula-se os investimentos orgásticos (POLLAK, 1993) a fim de obter o máximo de gozo”.

Em um contexto marcado pelo predomínio da hiper-racionalidade do mercado que orienta escolhas individuais a partir da oferta abundante e incessante de produtos que acionam a nossa capacidade imaginativa, o desejo se reduz apenas ao produto de uma operação racional. Fantasias e desejos são experimentados como um cálculo sobre o qual os usuários supõem deter o controle, como um jogo, conforme afirmou Márcio. Como diz Illouz (2011, p. 162), “as fantasias nunca foram tão abundantes e múltiplas, mas talvez tenham se tornado estéreis, por estarem se desconectando da realidade, organizando-se cada vez mais dentro do mundo hiper-racional das escolhas e das informações sobre o mercado.”

O cálculo antecede à proposta e tem um valor fundamental na efetivação dos encontros presenciais, que é a finalidade de Márcio. Ir para o presencial envolve a mobilização de um entusiasmo e a combinação de expectativas que façam valer a pena o esforço, o investimento, pois o controle do tempo tem uma dimensão fundamental na dinâmica de suas interações. Conforme afirma Pelúcio (2017, p.15), “no amor, assim como no mercado, é preciso ter cautela. Arriscar-se pode ser excitante, e as paqueras mediadas parecem unir o melhor de dois mundos: ter o gozo da aposta sem a frustração da perda”.

Márcio se predispõe a ir ao encontro presencial depois de ter traçado um perfil, de ter feito combinações, de ter se entusiasmado de alguma maneira com aquilo que viu e ouviu. Como ele mesmo diz, “eu já vou com um certa segurança. Nunca vou completamente no escuro. Vou para o presencial já tendo perguntado um monte de coisas.” Estabelecendo de antemão o que procura, ele vivencia o encontro com outra

pessoa como um consumidor que encomenda um determinado produto, o que faz com que ele experimente todo o processo de conhecer alguém desse ponto de vista. Ele procura manter o controle, afinal já realizou todo um trabalho de seleção prévia: selecionou, ouviu a voz da pessoa, obteve informações sobre ela, traçou um perfil.

Esse um monte de coisas significa ter uma idade parecida com a sua, estar em busca de algo mais duradouro, de um encontro que possa vir a desenvolver um relacionamento. Quanto mais próximo dele, geograficamente, materialmente, intelectualmente e subjetivamente, menos riscos e mais chances. Estar mais próximo do seu estilo de vida parece mobilizar seu entusiasmo e conferir mais segurança, aumentando as chances da efetivação do encontro presencial.

Ele diz ter vontade de encontrar essa pessoa que ele busca para cessar a procura, mas diz também que essa busca está cada vez mais difícil e cansativa. Ele já namorou alguém que conheceu pelo aplicativo e disse que a relação foi muito feliz e sem brigas, tendo terminado por cada um ter decidido trilhar caminhos diferentes. Encontrar um parceiro independente, maduro, com o mesmo estilo de vida que o seu para viver juntos, ser um casal, dividir a vida e viver a dois é o objetivo de Márcio. Ao dizer “com esse daqui dá certo um namoro porque é parecido comigo, vive um mesmo estilo de vida que eu, é independente, trabalha, tem o dinheiro dele, tem o carro dele, não vai precisar de mim nem eu dele”, Márcio parece compreender o amor, sua busca principal, como um cálculo racional controlado onde o outro funciona como um espelhamento de sua própria subjetividade. Para isso, ele exclui em suas buscas tudo aquilo que o coloca em contato com o outro e com o esforço que toda relação social implica, inclusive o investimento de seu tempo, elemento necessário para a construção de vínculos mais duradouros, que é justamente o que ele procura.

Segundo Barthes (1984), o discurso amoroso pressupõe o reconhecimento do outro como *atopos* que significa aquilo que é inclassificável e que possui uma originalidade sempre imprevista. Ver o objeto de amor como *atopos*, como singular e incomparável a qualquer outra pessoa constitui em uma das condições para o surgimento do amor. “Pela impossibilidade de enxergar outras pessoas como “*atopos*”, todos se tornam iguais, e, portanto, podem ser comparados um ao outro o tempo todo. Não há ninguém que seja incomparável.” (HAN, 2017, p. 9)

Ao estabelecer uma série de restrições em suas possibilidades de interação, Márcio fica de fato com muito pouco, pois o que ele busca é justamente o amor e a experiência do amor pressupõem, precisamente, uma abertura para o outro.

Segundo Stromquist (2021, p. 17), “o amor é justamente a alteridade da outra pessoa, afinal, estar apaixonado é enxergar uma pessoa como absolutamente outra, incomparável, única, sem igual, *sui generis*.” Conforme ele mesmo diz: “O lance da paquera é o desconhecido. É você querer se aproximar do estranho, do que é novo e procurar conhecer aos poucos”, o que difere completamente da maneira como ele tem feito suas apostas, pautadas na combinação, na alta seletividade, no encaixe de preferências e no controle do tempo. “Se não encaixa eu não me entusiasmar e correr para os braços de uma pessoa dessa. Não vou.”

Segundo Illouz (2011), a escolha por um parceiro amoroso é baseada em conhecimentos acumulados e implícitos, experiências anteriores e “uma sensação”. Para ela, trata-se de uma decisão orientada pelos palpites em vez das informações. A socióloga afirma que esse tipo de escolha sofreu um tipo de inflexão, perdendo o seu caráter intuitivo e assumindo a qualidade de uma escolha racional. Segundo ela, essa mudança se deu a partir da consideração de quatro fatores: 1) a cientificação de tudo na sociedade; 2) A influência da psicologia que passou a instilar nas pessoas uma análise racional dos seus comportamentos; 3) A nossa predileção por especialistas que explicam as coisas por nós e 4) a expansão da sociedade de consumo que nos faz agir como maximizadores de utilidades até nas nossas relações com o outro.

Segundo Márcio, o *Grindr* é um aplicativo para sexo, um “cardápio”.

“Noventa por cento das pessoas que no aplicativo não mostram o seu rosto. Botam peito, botam bunda, botam coxa, botam braço, botam uma foto sensual. Os caras tentam esconder sua verdadeira identidade e cada um diz logo qual é o seu papel: se é ativo, se é passivo, se é versátil na cama. É uma coisa muito de momento. Ninguém entra lá pra paquerar. Você entra lá para dizer: eu estou disponível para fazer sexo agora. E é assim: é sempre de imediato, é agora. O camarada puxa conversa com você no Grindr e você diz assim: vamos conversar de novo amanhã? Pronto, esse aí você já perdeu, você já não conversa de novo. O cara quer transar naquele momento. Quando o camarada tá online, é porque ou ele tá sozinho na casa dele querendo receber alguém ou tá de pau duro na mão querendo ir pra casa de alguém pra transar lá. A proposta é essa. Ficou online pra transar.”

O fato da percepção de Márcio se dar de forma direta, sem rodeios, não é algo inocente. A maneira como ele constrói seu relato explicita o modelo de masculinidade no qual ele se vê identificado, mesmo sendo um homem gay, uma masculinidade senhora de si, assentada na “expressão pública da violência e no

estímulo aos excessos” (PELÚCIO, 2017, p. 21). Seu relato nos fornece elementos para pensar os aplicativos a partir de duas perspectivas: um referente aos papéis desempenhados pelos usuários e outra relacionada a experiência temporal das interações. Ao não revelarem suas fotos de rosto e utilizarem fotos modelares e sensuais ou exibindo partes específicas do corpo, os usuários já comunicam o tipo de interação que eles estão procurando estabelecer. Alguns embora não procurem sexo casual e tenham dificuldade em se apresentar a partir dessa narrativa, seja por inapetência tecnológica, seja por timidez, se rendem para que possam ser vistos ou interagir. Embora existam usuários que busquem amor no *Grindr*, ou utilizem o app para aplacar o sentimento de solidão (como um usuário que diz em sua descrição: “To tão solitário que eu ligo pro SAC só pra falar com alguém”), a grande maioria utiliza para fins sexuais. Assim, não disponibilizar no perfil informações como nome, profissão, grau de escolaridade, *hobbys*, dentre outras pistas sociológicas que nos ajudariam a conferir materialidade aos usuários, uso muito comum no *Tinder*, torna a busca mais rápida e sem envolvimento.

Ocultar a foto, se comunicar por meio de um texto enxuto, ser ágil e objetivo, performar virilidade são ferramentas que a maioria dos usuários se valem para interagir, tornando o aplicativo um espaço bastante sexualizador. Nessa esteira, o aplicativo acaba funcionando também como uma tecnologia de gênero (DE LAURETIS, 1989), seja se alimentando de imagens produzidas pela cultura de massa de uma masculinidade prestigiosa, seja pondo em circulação a todo momento essas imagens de uma masculinidade hegemônica que aparece não só nas fotos, na ausência delas, nos textos ou na ausência deles, mas também na maneira de interagir, através de diálogos curtos e diretos. Segundo Han (2018, p.41), “a escrita transparente apenas reúne informações aditiva, não sendo capaz da produção do inteiramente outro, do singular”. Ao disponibilizar todos os outros usuários lado a lado em uma grade visível, o outro deixa de ser apreendido em sua outridade para ser apropriado como um objeto de consumo. “Se o outro é roubado de sua alteridade, ele se deixa, então, apenas consumir”. (HAN, 2021, p. 101)

Segundo Han (2018, p. 50), a transparência significa o fim do desejo. Para Illouz (2011), a imaginação pré-moderna se caracterizava como “fraca de informações” sobre o outro, o quer dizer que nos relacionávamos com uma pessoa sem saber muito sobre ela. A avaliação intuitiva nos permitia ver o outro de maneira holística e não de modo parcelado, por meio dos gostos e preferências. Aprendemos

o outro através de uma série de opções e preferências que se aproximam das nossas e com isso vamos delimitando com quem pretendemos nos relacionar. Como afirma Pelúcio (2022), “o universo que confere uma densidade humana, sociológica, não é flagrado pelos aplicativos”.

Segundo Illouz (2011), a antiga maneira romântica de ver o amor como uma espécie de queda inesperada foi invertida, pois a partir dos sites de namoro e programas de parceiros passamos a definir critérios e desejos com antecedência, o que significa para ela uma forma de voltarmos a um tipo de casamento por conveniência. Assim, “o próprio método de tomada de decisão racional impede o surgimento da emoção de amor, já que atrapalha a avaliação intuitiva, além de criar uma abordagem parecida com a de um consumidor no mercado.” (LIV STOMQUIST, 2021, p. 34). Embora concorde que não existam relações sociais desinteressadas, o foco que quero imprimir a essas interações é a maneira como, a partir da mediação tecnológica dos aplicativos de relacionamento, elas atualizam as formas de homens se relacionarem sexual e afetivamente, e como isso afeta a produção das masculinidades contemporâneas. Não é à toa que para os interlocutores a ideia de investimento parece valiosa.

Na imersão nos aplicativos para busca de parcerias sexuais e/ou amorosas temos a impressão de otimizar o tempo, de economizar recursos financeiros e emocionais. Sem sair de casa ou do trabalho, temos acesso a um vasto catálogo de perfis. As recusas não são publicizadas, doem na solidão da tela e podem ser amenizadas pela permanência no jogo, o que pode dar a sensação de que somos nós que estamos escolhendo, mais do que estamos sendo escolhidas/os (PELÚCIO, 2022, p. 213).

Penso que a questão do espaço que o discurso amoroso ocupa nos apps se explica também, dentre outras razões estruturais, a partir da maneira como os usuários percebem e experimentam o tempo. “Imediato”, “momento”, “agora”, “amanhã” são categorias temporais que aparecem na fala de Márcio ao se referir a uma demanda explícita de que as coisas sejam feitas naquele tempo, sem adiamento, como se o amanhã não existisse. Essa dilatação do presente é discutida pelo filósofo Byung-Chul Han como uma experiência contemporânea de se viver o tempo que ele chama de totalização do presente ou presente otimizado onde “o tempo é desmontado em uma mera sucessão de presente disponíveis” (HAN, 2018, p. 107).

A expectativa de Márcio em encontrar alguém para uma relação duradoura esbarra na sua busca marcada por uma alta seletividade e um controle que garantam uma certa segurança. Seus investimentos são calculados. Ele não dá lance no “escuro”. Ele nos ensina que para ser um bom investidor é preciso fornecer apenas algumas informações sobre si. Ter informações é importante para se fazer um cálculo adequado do investimento. No entanto, se o perfil tem informações em excesso, isso é interpretado como um risco, pois pode matar a interação, o desejo, o investimento que precisa de uma certa opacidade para se manter vivo. Segundo Illouz (2011, p. 139), nas interações corpóreas é justamente a existência de uma certa lacuna entre o que dizemos, entre o modo como queremos apresentar-nos e aquilo que não controlamos, aquilo que é difícil descrever em palavras e que não temos consciência sobre nós que consiste naquilo que é mais importante em nós e que tende a causar uma impressão significativa nas pessoas que encontramos. A internet dificulta muito mais um dos componentes centrais da sociabilidade, qual seja, a nossa capacidade de negociar com nós mesmos, continuamente, os termos em que nos dispomos a estabelecer relações com os outros. (ILLOUZ, 2011, p. 141).

Márcio diz que os aplicativos facilitaram o caminho da traição. Para ele, “o caminho da traição tá na palma da mão. O aplicativo que diz quem tá perto de você querendo foder o tempo todo. Tanto faz eu tá em casa, ou eu tá no trabalho ou na casa de um parente, ou de um amigo, o aplicativo diz quem tá ao lado querendo foder. É muito fácil trair.” Ao dispor uma infinidade de perfis ao alcance dos dedos, o aplicativo não apenas incita a interação sem pausa, mas também produz uma certa crença no usuário de que ele está no controle do seu dispositivo libidinal. Márcio se colocando como um bom investidor, atuando por meio da seleção criteriosa feita nos perfis, tem se deparado com o cansaço e com uma procura muito difícil. Mesmo se considerando dono do seu próprio desejo e utilizando de recursos bastante racionais na procura de um par, de um “príncipe encantado que lhe faça feliz”, Márcio tem experimentado poucos encontros significativos, o que não o tem impedido de continuar preso às operações racionais de seleção, busca e escolha.

#### **4.3 “No presencial suas escolhas são reais”**

Conversei com Rodrigo pelo *Google Meet* em abril de 2022. Nossa conversa ocorreu em dois momentos e teve duração de uma hora no total. Rodrigo tem 27 anos, é solteiro, autodeclarado pardo e se compreende como homossexual. As fotos que Rodrigo utiliza nos dois aplicativos são imagens que ressaltam seu rosto, mas também fotos tiradas em viagens que ele já realizou. Em suas fotos, ele não dá muita ênfase no corpo. Seu rosto sorrindo nas fotos e o uso de recurso de filtros clareadores acentuam as características físicas que ele considera atrativas. Com ensino superior completo, Rodrigo está cursando a segunda graduação. No período em que o entrevistei, ele estava trabalhando como professor de línguas estrangeiras. Rodrigo também utiliza o *Tinder* para estabelecer interações afetivas e sexuais com outros homens. Em nossa conversa, ele resalta que no *Grindr* costuma interagir com “perfis formais”, ou seja, para ele é importante que um perfil além de fotos atrativas, contenha informações de cunho pessoal, como gostos, preferências e estilo de vida. Essas informações prévias são relevantes para Rodrigo interagir com outro usuário, pois é a partir da observação e leitura dessas “pistas” que ele elabora uma imagem da pessoa com quem está conversando e avalia se vale a pena prosseguir.

Pais (2016, p. 192) afirma que, no contexto de sua pesquisa realizada em chats de bate-papo com mulheres, “as primeiras informações são importantes porque elas ajudam a definir a situação, facilitando a comunicação. Exploram-se, com pormenor e ansiedade, pistas identificatórias das personagens com quem se fala”. Para Rodrigo, “escolher muito é algo positivo, pois diminui os riscos. As restrições que eu faço acabam me ajudando. Se eu for encontrar alguém tem alguma coisa a mais. Teve alguma vontade de abandonar tudo para conhecer aquela pessoa.”

Após o nosso primeiro contato no *Grindr*, migramos logo em seguida para o *Whatsapp* e logo depois para o *Google Meet*, plataforma onde pudemos ter um diálogo mais aprofundado. Rodrigo embora diga que se acha feio, é um jovem que sabe utilizar fotos atrativas em seus perfis, tanto no *Grindr* como no *Instagram* valendo-se de boa iluminação e de filtros. O estilo de fotos que ele utiliza nos dois aplicativos são similares. Como ele diz não procurar sexo rápido e não se interessar por perfis muito sexualizados, seu perfil no *Grindr* acaba sendo uma extensão de quem ele é em suas outras redes sociais. Por isso, ele utiliza fotos de rosto sorrindo, imagens de corpo e rosto onde ele aparece bem-vestido e fotos de viagem. De acordo com o sociólogo Filipe Padilha, “os sujeitos aprenderam que o sucesso tende a ser

maior de acordo com as imagens. Para isso, a espetacularidade dos ângulos, filtros e corte importam.” (PADILHA, 2019, p. 120).

Quando iniciamos nossa conversa, Rodrigo estava utilizando dois aplicativos de relacionamento: o *Grindr*, onde nos conhecemos e o *Tinder*. Rodrigo, embora seja bastante falante, afirma ser tímido na hora do flerte. Ele diz querer ter a “mágica” que faz com que, em ambientes presenciais, as pessoas simplesmente se beijem sem antes conversar. Para ele, as interações presenciais possibilitam uma avaliação “real” do todo da pessoa, incluindo não só a aparência, mas também o jeito. Segundo ele, o presencial evita algumas “surpresas” do digital, não só relacionada aos processos de edição de imagens como uso de filtros que melhoram a imagem pessoal, mas também a criação de expectativas sobre o que a pessoa é em termos de aparência e jeito e que, segundo a sua experiência, não existem nos encontros “reais”.

“No presencial, suas escolhas são reais. Porque você olha o jeito dela, tenta conversar. Você não tá criando nenhuma expectativa. Só de olhar. Você tá vendo a pessoa lá então quando você olha para alguém você diz: tenho interesse. No aplicativo, eu já conheci alguém que não tem nada a ver com a foto e isso meio que frustra. Quando você ver uma foto, você cria uma expectativa e quando você vai lá ver. Você cria toda uma imagem na sua cabeça e aí chega lá a pessoa fisicamente não é igual. Aí você cria alguma expectativa aí chega lá e: “vish, tá um pouco diferente”, não era isso que eu buscava. No caso de uma festa a pessoa tá ali, o jeito dela, vivo mesmo, se mexendo, rindo, conversando. Aí você conversa, tem uma interação cara a cara que eu acho melhor.” (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

No contexto dos encontros presenciais, o olhar atua como uma das primeiras formas de comunicação. Na fala de Rodrigo, o olhar é sinônimo de uma operação que envolve cálculo, avaliação e seleção. Olhar o deixa preso a uma operação mental. Como ele se enxerga como uma pessoa muito fechada, acaba ficando preso no cálculo, criando barreiras em suas interações na medida em que seus critérios de avaliação são muito elevados. Rodrigo dar a entender durante a nossa conversa que ele estar querendo fugir mesmo é da frustração e a posição de escolhedor lhe protege disso. “Não gosto de conhecer pessoas online. Já tive várias frustrações”. Por meio do olhar, Rodrigo assume o controle da situação. “Em uma festa, eu prefiro olhar, prefiro escolher. Em relação a beijar, eu prefiro não beijar

ninguém do que beijar alguém que eu não curti.” Segundo Paula Sibilia (20115, p. 241):

[...] novos sujeitos são imbuídos a administrar cuidadosamente seu capital vital, avaliando sempre o complicado balanço entre os riscos e os prazeres na hora de escolher livremente as opções emanadas pelo cardápio de produtos e serviços oferecidos no mercado. A responsabilidade individual, o autocontrole e a competitividade são capacidades necessárias quando impera a lógica automatizada do *self-service*, e quando o desempenho visível ofusca aquelas essências hospedadas na velha interioridade oculta.

Embora Rodrigo utilize os aplicativos há bastante tempo, ele deixa claro em alguns momentos que prefere conhecer pessoas em ambientes presenciais, por considerá-los mais seguros. Ao mesmo tempo em que os contatos digitais são intensos, acionando suas fantasias e criando expectativas que conduzem as interações de Rodrigo com outros usuários, eles costumam ser breves, pois ele rapidamente perde o interesse neles. Segundo Pelúcio (2019), essa perda de interesse rápida está associada a uma contradição associada, tanto para hetero como para homossexuais, a uma aposta no par como passaporte para a felicidade e na suposição de que ao fazer essa aposta deixar-se-ia de viver outras experiências ainda melhores. Para os homens, isso me parece ainda mais significativo dada a pobreza de uma gramática afetiva na educação emocional masculina. Expressar sentimentos, refletir sobre eles, discutir a relação, cumprir com os acordos de uma relação parecem colocá-los em uma posição desvirilizante.

“Por exemplo: eu to conversando contigo no tinder, tá legal o papo, vai ficando aquelas intensidades. Nas primeiras semanas, ficava aquela coisa. Ficava mandando mensagem, áudio. Toda aquela emoção. Ai você encontra, acontece, é legal, sempre é pra menos. Acontece da pessoa ser melhor do que você imaginava, mas a maioria dos casos é pra menos. Tipo, por alguma idealização que eu fiz de tanto conversar, criar, criar, criar expectativas e chego lá não é a mesma coisa. As vezes pelo jeito da pessoa, as vezes porque eu idealizei demais. E o interesse vai perdendo. Até que chega um ponto que eu não sinto mais vontade, não tem mais aquela química, não tinha mais aquele interesse de continuar.” (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

Sobre o papel do desejo e da fantasia nas interações mediadas, Machado Pais afirma que

o desejo que conduz à fantasia tem um papel relevante na construção do outro e do que imaginariamente se pode fazer com esse outro. A falta de informação sobre o outro informa sua idealização, mobiliza uma tensão erótica gerada pela intenção do desejo (PAIS, 2016, p. 192).

No relato de Rodrigo o que percebemos é embora a fantasia seja importante para mobilizar seu desejo e para construir um perfil imaginário do outro, ter informações sobre esse outro é fundamental para ele interagir, para ele idealizar.

No decorrer de nossa conversa, Rodrigo descreve os critérios que mobiliza para interagir com outros usuários nos aplicativos. Ele se mostra bastante exigente em suas escolhas, evitando perder seu tempo, que é bem exíguo, pois trabalha muito e está cursando sua segunda graduação. O perfil que lhe chama atenção precisa corresponder aos dois critérios de seleção de perfis apontados por Illouz (2011) e que são acionados nas interações digitalmente mediadas, a saber: a convencionalidade corporal e a criatividade textual. De acordo com Tavares (2011, p. 41), “segmentar é uma tarefa gerencial, deliberada, a ser aplicada por qualquer organização frente a seu mercado. Ela tem muitas utilidades práticas: orienta a decisão sobre quais segmentos focar e estimula a identificação de possibilidades estratégicas de diferenciação de ofertas”.

No entanto, mesmo encontrando perfis que atendam aos seus critérios, operação que descarta grande parte dos usuários, ele diz que ainda continua buscando os defeitos nos perfis que sobram. Ele continua agindo como um selecionador. “Eu sempre procuro um defeito. Por exemplo: esse aqui tem o olho muito grande, esse aqui tem o cabelo diferente. Aí eu vou eliminando. Eu vou procurar até encontrar um defeito só mesmo para eliminar. É uma coisa que é minha mesmo. Às vezes eu analiso duas, três, quatro fotos, aí eu vou para o perfil, leio e vejo se tem alguma informação legal aí eu fico na dúvida.” Segundo Illouz (2011, p. 148-149):

[...] o processo de fantasiar e de buscar alguém é o processo de definir uma lista de atributos abstratos e incorpóreos, antes de um encontro efetivo – o qual, por sua vez, supõe-se que corresponda ao ideal desejado pelo indivíduo, com base em seu conhecimento de suas necessidades e seus próprios atributos de personalidade. Ao contrário da imaginação romântica, que se baseava no corpo e era da ordem do que Merleau-Ponty chamava de sentir, a imaginação da internet é da ordem do conhecer, que esvazia a percepção de seu pano existencial.

Rodrigo diz que utiliza o aplicativo mais “para observar”, “para ver”. Para ele, escolher, observar, lhe garante uma posição mais segura, lhe propicia um controle da interação. Rodrigo por acumular frustrações é muito cauteloso em seus envolvimento. Ao evitar a todo custo a frustração, Rodrigo acaba entrando pouco no aplicativo, conseqüentemente interagindo com poucas pessoas e investindo a maior parte do seu tempo no seu trabalho, que lhe confere um retorno seguro. Mesmo nas interações presenciais, embora haja o fator da imprevisibilidade e conseqüentemente um relaxamento maior das exigências, Rodrigo espera que alguém tome iniciativa. O medo de criar expectativas e acabar se frustrando orienta também sua maneira de usar o aplicativo e de relacionar com outros homens. Como um consumidor conformado ele deseja que o produto equivalha a descrição presente no anúncio, se frustra se o produto não corresponder ao que ele promete. Contudo, entre a expectativa e o anúncio, existe uma pessoa que, diferente da foto, se move por meio de gestos, jeito, fala, e é justamente esse tipo de experiência de copresença com o outro centrado no sentir e não no conhecer acionado no contato corporal com o outro que as interações mediadas parecem excluir, provocando uma hipertrofia da fantasia e conseqüentemente um aumento do sentimento de expectativa.

“Numa relação ninguém fica cem por cento nas alturas. Tem os momentos altos e os baixos, mas eu percebo que talvez eu sempre deixei essa expectativa crescer muito ao ponto de não dá mais pra crescer e sempre caía. E por isso, que hoje em dia eu não uso muito aplicativo para não criar muita expectativa.” (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

Rodrigo afirma que por ser tímido utiliza o aplicativo em espaços presenciais como uma “ponte”, como um “melhor amigo” que faz a mediação entre ele e outra pessoa. Assim como em uma festa ele espera alguém ter iniciativa, no aplicativo ele diz que não se entrega para conversar em função da *falta de tempo*. Segundo ele, existem coisas mais importantes a se fazer do que *perder tempo* com alguém que não valha a pena. Como um bom investidor, Rodrigo gere o seu tempo da melhor maneira possível a fim de não desperdiçá-lo. Sua relação com o tempo passa a ser instrumentalizada evitando as perdas. Para investir é preciso ter certeza de que vale a pena. Esse processo de colonização do tempo e do espaço pelas

mercadorias e pelo intensificado das tecnologias digitais é chamado por Bem Agger de *fast* capitalismo, conceito que lembra o termo nativo *fast* foda, utilizado por alguns usuários que buscam sexo na rede. Essa versão rápida do capitalismo possui duas características: “primeiro, a tecnologia capitalista tende a compactar o tempo, a fim de aumentar a eficiência econômica; segundo, o capitalismo tende a causar a erosão das fronteiras e a negar às pessoas espaço e tempo privados”. (BEM AGGER apud ILLOUZ, 2011, p. 123).

Como investir em alguém pressupõe um demorar-se na conversa, uma disponibilidade de tempo, uma abertura para o outro, Rodrigo por ficar preso em suas operações intelectivas acaba não interagindo com quase ninguém. Isso acontece porque, como ele próprio afirma, existe uma quebra entre a falta de tempo e a possibilidade de construir interações mais demoradas, mais significativas. Ele diz que por trabalhar muito e por se deparar com essa falta de tempo, acaba utilizando o aplicativo mais por *diversão*, como forma de *passar o tempo*, sem muita expectativa. Esse tipo de uso o tem tornando um colecionador de biscoitos, como um meio para medição de sua autoestima. Para Pelúcio, “a utopia romântica do par confronta-se com a incitação à busca perpétua “melhor opção”, sustentada pela ideia de abundância que os aplicativos móveis insinuem” (PELÚCIO, 2017, p. 3).

Mas, ao passo que ele diz usar o aplicativo sem muita expectativa ele afirma também que os aplicativos criam expectativas, que as redes sociais de uma maneira geral acionam esse sentimento de expectativa. Ele diz que embora não goste dos aplicativos, o *Grindr* tem algo que aciona a vontade de saber, a curiosidade de saber quem está por perto já que ele possui o recurso da geolocalização e isso torna o seu uso viciante, constatação feita também por outros colaboradores. Mas Rodrigo atribui esse sentimento a própria mecânica do aplicativo. Não é ele quem cria expectativas, mas o aplicativo que aciona esse sentimento nele.

“Não gosto dos aplicativos, das redes sociais em si. Porque eu fico idealizando, crio expectativas. Aí eu converso com alguém. Ai to gostando da imagem que você cria quando conversa com uma pessoa, puxando um assunto. Eu não curto muito. Eu curto sair e conhecer alguém cara a cara. Mas como não dá para ficar saindo dessa forma, você usa o aplicativo como uma forma de conhecer alguém. Mas eu entro, no momento, por curiosidade. O Grindr tem algo que ele te puxa para você usar mesmo você não querendo, que é essa vontade de saber quem tá perto de você, se tem alguém na mesma rua, se tem alguém no mesmo bairro, no lugar que você tá, no restaurante. No Grindr, se tiver alguém com dois ou três quilômetros de distância eu não tenho muita vontade de conversar. Diferente do Tinder. O Tinder não importa. Quando eu entro no Tinder, eu não me preocupo com a

localização, mas em conversar mesmo com a pessoa independente do lugar. Já o Grindr não. Tem uma pessoa com um quilômetro aí eu digo: ah, não vou conversar não. Não é questão de mim. É como se o próprio aplicativo te faz ficar dessa forma.” (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

Rodrigo é um usuário antigo das redes sociais digitais. Há oito anos ele utiliza o *Tinder* e antes de baixar esse app, já havia utilizado outras plataformas de relacionamento com a finalidade de fazer amigos, como o bate-papo da UOL e o *Badoo*<sup>72</sup>. Ele relata que sua primeira experiência com homens se deu através dessas plataformas. Aos 19 anos, ele encontrou pessoalmente um usuário que ele conheceu pelo *Grindr*. Na ocasião do encontro, ele teve seu primeiro beijo e sua primeira experiência sexual. Rodrigo afirma não possuir poucas experiências com outros homens. No percurso de nossa conversa, ele compartilha comigo o episódio que culminou no seu primeiro orgasmo aos 18 anos de idade. “Eu me toquei de uma forma não muito legal e inchou meu órgão. Só depois que eu entendi que esse inchado foi pela posição, pelo jeito. Porque eu não entendia. Eu pensei que era só fazer o movimento, movimento e que iria sair. Só que não é assim. Você tem que pensar em algo, tem que acontecer né?”

Esse relato me fez pensar sobre as experiências que muitos homens gays experimentam no início de suas vidas sexuais, sobretudo aquelas iniciadas em um período, como foi o caso de Rodrigo, em que a internet não estava tão incorporada as nossas vidas e que somente parcela pequena da população possuía um computador em casa com acesso à internet. Esse relato me leva a pensar como o silenciamento acerca das questões de gênero e sexualidade molda as nossas subjetividades e os nossos afetos, produzindo um desconhecimento acerca dos nossos corpos e das nossas emoções. Ao ver o seu órgão inchado, Rodrigo não entendia. Ele achava que era só fazer o movimento que iria sair. Rodrigo pensava que era necessário somente um esforço, que não era necessário acionar uma fantasia para chegar ao orgasmo.

Podemos estender esse debate para o contexto da educação emocional masculina em nossa sociedade. Desde cedo familiarizados com os excessos, os meninos são privados de um vocabulário emocional para lidar com suas emoções.

---

<sup>72</sup> “O Badoo é um aplicativo de relacionamentos com diversos filtros de personalização para seu perfil e opções diferentes para conhecer novas pessoas. Foi criado inicialmente como uma rede social, em 2006, pelo russo Andrey Andreev”. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/o-que-e-badoo/>. Acesso no dia 12 de abril de 2023.

Aprendem desde cedo a se familiarizarem com uma linguagem e uma postura competitiva e agressiva através dos jogos de videogame. A incitação ao risco, à aventura ao consumo permanente de emoções, à competitividade tão presente nos usos atuais dos aplicativos de encontro entre homens, se fazem presentes nos jogos de videogames como uma espécie de ritos de iniciação desse modelo hegemônico de masculinidade. Nesse sentido, concordo com Padilha (2019), quando ele afirma que os aplicativos de relacionamento por criarem um procedimento para as interações sociais ancorados em uma linguagem de mercado, atuam também como uma tecnologia de gênero, reproduzindo os valores e os ideais da masculinidade hegemônica associados a competitividade, ao risco-aventura e um tipo de sexualidade acumulativa e predatória. Isso acontece porque homens gays são criados para serem heterossexuais. Seus ideais estéticos e até sexuais tendem a ser marcados por aqueles de toda a sociedade. Miskolci (2017, p. 18) ao avaliar o contexto das relações em aplicativos de paquera heterossexual afirma que:

[...] a automatização da busca de parcerias se revela um exercício subjetivo generificado que molda parte das masculinidades contemporâneas. Mesmo impensado, tal exercício encontra similaridade e pode ser visto como a extensão adulta de sua iniciação nos games que já fizeram parte da infância ou adolescência daqueles nascidos a partir de 1970. Neles, assim como nos apps, se incita a uma forma de lazer indissociável de um treinamento performativo. Vencer uma batalha, superar obstáculos, arriscar-se em aventuras se estende à busca de parceiras em interações mediadas em que a alteridade é inserida em um imaginário masculino em que a conquista é o objetivo central.

Seguindo nossa conversa, Rodrigo ressalta as diferenças do *Grindr* e do *Tinder*. Para ele, o que diferencia um aplicativo do outro é o intuito com que cada usuário utiliza e o público. Já vimos que não necessariamente são pessoas diferentes que utilizam esses dois aplicativos. A maioria dos colaboradores que conversei utilizam ou já utilizaram os dois. Nesse caso, o que muda é o intuito, a forma de usar. Rodrigo ressalta que o *Grindr* é um aplicativo mais prático e as interações são mais do momento. Ele compara o uso a compra de um produto, onde ter um nude imprescindível para que a pessoa se venda. Já o *Tinder* é um aplicativo mais lento, o que possibilita o estabelecimento de interações menos apressadas. O *Tinder* funciona como um aplicativo onde é possível ter mais pistas sócio demográficas dos perfis,

pois, comparado ao *Grindr*, os perfis são menos enxutos e a maioria deles disponibilizam o acesso a outras redes sociais como o *Instagram* e o *Twitter*.

*Tinder:*

“Quando usa o aplicativo você meio que não quer fugir do mundo, mas você quer conversar com alguém, você quer encontrar alguma coisa. Então, em relação a isso de querer encontrar alguém, quando você vai para o Tinder talvez não seja uma boa ideia porque vai demorar muito para você conversar se o intuito realmente a longo prazo, de conhecer, não ter pressa de conhecer alguém, de encontrar alguém o Tinder seria a melhor escolha. Geralmente ninguém vai colocar foto íntima. Até foto sem blusa o pessoal posta no Tinder, mas não é o intuito principal. Em relação a colocar fotos, eu coloco todas iguais, mas sinto que há diferença. Se tiver alguma pessoa com o perfil no Grindr e no Tinder pode ter certeza que as fotos vão ser diferentes uma da outra.” (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

*Grindr:*

“No Grindr, você vai mais para relações sexuais. O que é mais prático. É igual a comprar um produto, comprar uma pizza. O que vai chamar atenção vai ser uma pessoa que não esteja com roupa. O teu nudes no aplicativo do Grindr é essencial. É essencial você ter. Diferente do tinder.” (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

Como alguém que orienta seu uso a partir de uma atitude selecionadora, Rodrigo tem critérios de seleção e os aciona a fim de evitar os riscos e adiar as frustrações. Ele não considera essa atitude algo negativo, mas importante em suas buscas, pois o ajuda em suas escolhas. Diminuir as pessoas é diminuir também a chance de fracassar, é também diminuir as demandas emocionais que a interação com cada perfil suscita. No contexto das interações mediadas e do capitalismo neoliberal, o fracasso emerge como um tema proibido, onde a dor precisa ser evitada ou submetida a uma lógica de desempenho. Segundo o sociólogo Filipe Padilha (2019, p. 122):

o universo preparado pelos provedores das plataformas comerciais de busca de parceiros é um mundo livre da miséria, da peste, da fome, das datas de vencimento dos boletos bancários, da velhice, da demência, das

enfermidades terrenas, dos parentes desagradáveis, da solidão, da tristeza, da gordura corporal, da morte, das frustrações e também da intermináveis e mal remuneradas horas de trabalho em condições precárias.

Para Rodrigo, nos encontros presenciais, o jeito da pessoa ainda consiste no critério fundamental que determina suas escolhas. Nas interações digitais, a seleção é feita considerando primeiramente a aparência e, logo em seguida, o critério etário (perfis de 27 a 35 anos). Clicar, arrastar, selecionar, eliminar, bloquear são operações que os empreendedores digitais estão familiarizados. Quando transpostas para o campo dos afetos, visam diminuir os riscos de frustração e aumentar as chances de conhecer alguém interessante.

No Tinder, é clicar. Eu vou arrastando no xis, xis, xis. É bateu o olho. É difícil, mas sobra. A partir do momento que eu seleciono por idade fica mais fácil. Geralmente, eu coloco entre 27 a 35. Então já vai me beneficiando porque eu já vou retirando pessoas que são mais novas ou mais velhas... Dos cem por cento, talvez uns quinze por cento seja interessante pra mim, que eu me identifique. Mas eu não acho isso nem positivo, nem negativo. Na verdade, quanto menos a porcentagem melhor, porque são menos pessoas que eu vou conversar então a possibilidade de encontrar alguém nesse caso é melhor. Quanto mais eu elimino, quanto mais eu coloco algumas características, alguns requisitos, melhor.

Gosto de perfis mais formais. Não curto perfis sem blusa, nem piercing, tatuagens, gente que fuma. Também não gosto muito nem muito magro, nem muito gordo e também não curto muito forte. Então é bem diferente. Não curto também nem muito nem muito novo, nem muito velho. Cabelos muito grandes. Não sei qual é muito o meu gosto: tem que bater o olho. Por exemplo, barba eu gosto, a pessoa que viaje, que tenha alguma foto de viagem, que tenha o mesmo gosto que eu, eu me interesse mais. Gosto também de uma pessoa que se veste bem, uma blusa, com uma foto de qualidade. (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

Um perfil formal equivale a um perfil discreto. Rodrigo diz que já deixou de conhecer uma pessoa pela voz e pela aparência. Isso tem mudado, mas o jeito, leia-se a discrição ainda é um critério fundamental que orienta suas escolhas. O verniz do desejo ainda é heterossexual. Como na época de Perlongher, o desejo pelo “homem de verdade” ainda orienta o desejo homossexual em tempos de aplicativos. Conforme afirma Larissa Pelúcio e Richard Miskolci, ao analisar a dinâmica do negócio do desejo homossexual investigado por Perlogher no contexto dos anos 1980, “o desejo é homo-

orientado, mas o objeto do desejo tem que parecer hétero” (PELÚCIO; MISKOLCI, 2008, p. 13).

Embora os critérios tenham bastante peso nas escolhas de Rodrigo, eles costumam ser negociados em contextos presenciais. A possibilidade de desenvolver uma boa conversa, um bom papo, diminui as expectativas em torno da aparência. Isso acontece porque o encontro presencial coloca Rodrigo em contato com essa dimensão holística de outra pessoa, que consiste naquilo que Goffman (1985) chama de copresença que possibilita um conhecimento prático da sociabilidade e não apenas um conhecimento intelectual. Segundo Illouz, esse conhecimento prático do outro nos permite negociar com nós mesmos os termos da interação. Essa formulação se confirma a partir de um exemplo que Rodrigo relata sobre um encontro que ele teve com um rapaz no aeroporto de Belém.

“Eu olhei meio assim para o perfil dele, mas só tinha ele no aeroporto. Aí eu acho que eu mandei mensagem ou ele mandou. A gente conversou e eu perguntei: você tá indo pra onde? Ele disse: Fortaleza. Aí eu: eu também. Eu sou de lá. Ele perguntou: você tá aonde? Aí eu disse: no portão 3. Aí ele: ah, vamos conversar. Aí eu fui lá. A gente ficou conversando, mas não foi nada de sexo. Foi totalmente diferente. Ele tinha um papo muito bacana. A gente conversou muita coisa. E foi algo que eu pensei: “eu jamais iria olhar para ele fisicamente. O cabelo dele era enorme. Não fazia muito meu tipo. Mas eu me interessei tanto, tanto mesmo que foi uma coisa bem diferente. Eu dei essa oportunidade de conhecer.” (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

Quando Rodrigo expõe em seu perfil a frase: “sem pretensão” ou diz que está “de boa” ele está querendo dizer que deseja se relacionar abrindo mão da expectativa, pois é justamente ela que o coloca em contato com as surpresas, com os riscos, com a alteridade. Abrir mão das expectativas acaba transformando Rodrigo em um colecionador de *likes*.

A pesquisadora holandesa Jose Van Djick associa o que ela chama de economia política dos likes ao contexto de plataformização da sociedade, ou seja o reconhecimento de que há uma “inextrincável relação entre plataformas online e estruturas societárias” (VAN DIJCK, 2020). Larissa Pelúcio na esteira de Van Djick nos provoca:

[...] o que significa cada like em sua time line, em sua vida? Por que os likes importam? Aliás, a quem importam? Como as grandes empresas que

dominam o mercado digital hoje (Google, Amazon, Facebook, Microsoft), nós também temos operado com a dataficação, mercantilização e seleção algorítmica e nossos afetos, de nossa vida privada. Quer dizer, estamos capturadas e capturados por esse modelo que tornou a felicidade um imperativo individualizado e individualizante que pode ser mensurado digitalmente (VASCONCELOS, 2020, p.10).

Por medo do envolvimento, Rodrigo se protege operando suas buscas através de um cálculo racional que apreende o outro por meio de um processo de customização. O outro precisa se esforçar sozinho para agradar e atender as expectativas, cada vez mais elevadas. O esforço é sempre esperando como uma atitude vinda de fora, do outro, o que acaba produzindo um cenário marcado por uma espécie de meritocracia emocional, onde só os mais “esforçados”, leia-se, aqueles que agem de acordo com uma certa eficiência pessoal seja na forma de estabelecer a comunicação ou de apresentar iconograficamente obtêm sucesso: os ágeis, os flexíveis, os acumuladores e aqueles que encarnam modelos de virilidade.

Talvez por isso a atitude empreendedora no campo dos afetos apareça bastante no relato dos meus colaboradores seja porque a internet funciona a partir dessa gramática, seja porque o neoliberalismo molda também as subjetividades das pessoas, em um contexto onde “apressa-se de uma informação a outra, de uma vivência a outra, de uma sensação a outra, sem nunca terminar” (p. 22). Imersos em um contexto homofóbico marcado pela impossibilidade de uma inserção plena na ordem social, somado a um contexto neoliberal marcado por uma demanda de urgência e pelo imperativo do gozo e da excitação permanente, homens que buscam outros homens em aplicativos de busca <sup>73</sup> continuam sendo “prisioneiros da passagem”, já que não podem retornar definitivamente a ordem sexual que deixaram nem chegar a uma outra” (MISKOLCI; PELÚCIO, 2008, p. 14).

Rodrigo nos oferece um exemplo de como a lógica da abundância expressa em uma infinidade de perfis dispostos a interagir a todo instante o impede de olhar com calma, de escolher somente um. Segundo ele, a facilidade que a internet o coloca em contato com várias opções de pessoas acaba por facilitar tanto, oferecer tanto que fica difícil escolher. Ele compara esse exercício ao tipo de entretenimento oferecido

---

<sup>73</sup> Os aplicativos de busca de parceiros, ou como são conhecidos pela linguagem nativa os aplicativos de pegação, incluem como parte de seu público não apenas homens assumidamente gays, mas também homens que identificam como heterossexuais, bissexuais, homens e mulheres trans.

pelas plataformas de streaming atualmente, dando o exemplo da Netflix. “São tantas opções de filme que eu não assisto”.

“Você lembra quando tinha aquelas locadoras de filmes? Eu lembro até hoje a experiência de entrar em uma e era um mundo mágico. Tinha muitas opções de filme, mas eu só podia alugar um. Então eu passava horas olhando, olhando com calma para escolher um filme. Aí eu alugava um e assistia e reassistia aquele filme. E hoje em dia na Netflix tem milhares de filmes e eu não assisto. Engraçado que naquela época era tão difícil ir em uma *lan-house*, fazer uma assinatura, eu assistia tanto. E hoje eu tenho tudo aqui e acabo não assistindo. Tudo o que é demais a gente acaba perdendo o interesse. A internet vai te dar milhares de pessoas. Então é tudo fácil, principalmente no *grindr*, qualquer pessoa está ali para te satisfazer se o intuito ali é sexo então você vai ter várias opções.” (Trecho de entrevista retirada do diário de campo)

Ao comparar a escolha dos filmes a paquera presencial no contexto anterior ao surgimento dos aplicativos, Rodrigo expõe o caráter imprevisível e inventivo do código-território estudado por Perlongher (1987). Segundo Miskolci e Pelúcio (2008, p. 17), “hoje, a internet é um espaço privilegiado para essa deriva, parece mesmo intensificá-la, ramificando-se por links intermináveis que permitem experimentos e experiências orgiásticas e transgressoras, por um lado, e encapsuladoras, por outro.” Para Rodrigo, passar várias horas olhando, escolher com calma, escolher um pressupõe intimidade. Embora a internet tenha alargado as fronteiras do código-território, essa mudança acompanhou o aumento de opções de interação e uma dificuldade de em meio a tantas demandas emocionais administrar uma, se demorar em uma. A racionalização das buscas também de alguma maneira tornou a entrevista ainda mais enxuta, elegendo a máquina de calcular como uma operação que está acima do corpo, embora ela se utilize de partes dele para funcionar. Rodrigo quer intimidade, mas não tem tempo e disposição para construí-la. Percebemos uma ambivalência nessa operação que não fecha: “Como ter intimidade quando a gente se torna acumuladores de *matches*? Quando estamos incitadas a buscar sempre a aventura, o risco, o melhor perfil?”. (VASCONCELOS, 2020, p. 12)

Para Lucas em um primeiro momento empreender estava a associado a apostar, a expandir suas redes de relação. Apostar como possibilidade de trabalhar o seu medo e a sua insegurança, mas também como forma de ampliar suas experiências. Entendido como um processo de imersão em si, estar em um aplicativo de relacionamento consiste também em um meio de acumular experiências que

permitam o indivíduo conhecer melhor a si. Acumular experiências consiste em acumular emoções, em acumular “contatinhos” em um espaço relacional que possibilita os usuários experimentarem vivências em série. (PELÚCIO, 2019). Acumular contatos também implica em um exercício performativo da masculinidade, na medida em que tem como efeito uma sensação de aumento de virilidade.

Nesse primeiro momento de uso, Lucas assume a posição de um observador. Nesta época, Lucas ainda estava em um relacionamento fechado. Logo, entrar nos aplicativos foi para ele uma experiência de abertura, um modo de trabalhar a sua timidez e insegurança e também de ampliar suas experiências e desenvolver algumas habilidades emocionais. Em um segundo momento, se “anunciar” nos aplicativos de busca de parceiros passou a ter um objetivo mais preciso. Esse momento coincide com a época em que Lucas abre a sua relação. Abrir a relação permitiu a ele ter mais liberdade para empreender suas buscas afetivo-sexuais, sem culpa, já que havia o consentimento de seu companheiro. Lucas afirma perder muito tempo em suas buscas. Estar em um aplicativo de relacionamento exige dos usuários uma atitude permanente de prontidão. Cada notificação recebida pelo celular aciona sentimentos de curiosidade, ansiedade e desperta o desejo de conferir.

Contudo, essa postura de prontidão não é uma garantia dos contatos online migrarem para o presencial. Pelo contrário, se a busca envolve muita fruição, carrega consigo também um tanto de frustração e cansaço. Na experiência de Lucas, estar nos aplicativos tem sido sinônimo também de ansiedade e frustração. A paquera *just in time*, assim como o trabalho *just in time*, exige uma atitude de prontidão, uma prontidão sem garantias e que gera ansiedade e um sentimento de permanente competição e cansaço tanto nos trabalhadores que precisam se submeter a essa lógica comprimida do tempo como nos usuários dos aplicativos de busca de parceiros. Para ele, ser um usuário dessas plataformas consiste também em uma atividade viciante, pois elas funcionam a partir da lógica da recompensa. Um *tap*, um *like*, pode ser “um tapinha” de felicidade, um incentivo para continuar jogando.

O mecanismo da recompensa funciona de forma parecida com a avaliação que damos aos motoristas de aplicativos ao fim de uma entrega ou de uma corrida. Uma sociedade mediada por plataformas digitais institui a avaliação como um componente da troca, da relação social. Avaliar, ser avaliado, dar like, dar match, dar uma estrela fazem parte deste novo sistema de trocas. Flexibilizar a relação é uma possibilidade não só de ampliar experiências, diga-se de passagem, sexuais, mas fala também de

otimizar o flerte, de desenvolver novas habilidades emocionais, de colecionar sensações, de viver experiências em série, de colocar os desejos em movimento e de nunca parar. Como afirma Pelúcio (2019, p. 183):

[...] a flexibilidade emocional reproduz algumas das características do termo aplicado ao mundo do trabalho, com contratos fluídos e informalização das pactuações que regiam as relações entre as partes envolvidas. Sem regulações claras, estão todos um tanto tateantes diante desse novo regime de gestão dos sentimentos. A flexibilização carrega muitas incertezas e umas tantas inseguranças.

No contexto da sociedade das capacitações, se dedicar a uma tarefa específica como se especializar em única função por exemplo revela-se uma decisão contraproducente, na medida em que direcionar nossa atenção para uma única atividade e se dedicar exclusivamente a ela demonstra uma incapacidade de desenvolver simultaneamente múltiplas habilidades. Conforme Sennett (2018) afirma, no contexto da sociedade das capacitações o repúdio a dependência, o desenvolvimento pessoal e a capacidade de performar a flexibilidade produzem um tipo de subjetividade aberta, supostamente livre e senhora de si.

A partir de seu relato, Lucas me ensinou que ser um bom gestor de si nas redes é uma atividade que se faz sem garantias, pois, mesmo ele performando um tipo de masculinidade desejável e investindo parte significativa do seu tempo nos aplicativos, ele não tem a garantia de encontrar presencialmente alguém, que é sua finalidade. Para um jogador muito apressado que não está disposto a perder o mínimo de tempo e quer ir “direto ao ponto”, a plataforma oferece a possibilidade de ampliar a oferta de perfis e obter benefícios adicionais. Já para os usuários que não estão dispostos a pagar ou não têm pressa em alcançar resultados ou ampliar a sua oferta de perfis, o preço que se paga para continuar jogando é o tempo investido na busca. A pressa e o imediatismo produzem uma ambiência de bastante competição e insegurança, porém o ambiente lúdico das plataformas que emula um jogo confere fruição e prazer às buscas digitalmente mediadas.

Agindo como um bom empreendedor de seus afetos e de sua sexualidade, Márcio calcula e exclui os possíveis riscos contidos em uma dado investimento a fim de que possa assegurar-se de estar fazendo o melhor investimento possível. Seu cálculo é racional e emocional: mapeia antes o terreno, enxerga o aplicativo como um

jogo e por isso calcula suas apostas previamente a fim de evitar perdas: de tempo, de gasolina, de interesse. Ao relatar a experiência de André, um de seus colaboradores de pesquisa, Pelúcio (2019, p. 194) afirma que:

[...] o custo-benefício parece interessante. Não é preciso sair de casa, arriscar-se pelas ruas violentas das cidades brasileiras, minimizando desgastes emocionais e físicos, além do dispêndio de dinheiro e tempo. Minora-se também os riscos de rejeição pública de suas investidas.

Esse processo no qual o flerte se torna um espaço racional onde cada iniciativa é estudada, cada investimento calculado visando a otimização de si e o controle de perdas, deflagra um ambiente afetivo e sexual marcado por processos de hiperracionalização e burocratização emulando a lógica da economia econômica. Como afirmam Cabanas e Illouz (2022, p. 24), “a autogestão emocional, a busca por autenticidade e por florescer não só levam o eu a se reconfigurar o tempo todo como também servem de instrumentos para que várias instituições ponham mercadorias emocionais (*emodities*) em circulação no corpo social.”

A busca segue a lógica do custo-benefício e da escolha infinita. A lógica das interações são racionais e emocionais a um só tempo: cálculo e mensuração com intuição, idealização (“mágica do encontro”, “o encaixe perfeito”) com formas de instrumentalização (“direto ao ponto”), critérios elevados de seleção com a busca por encontros estimulantes e que valham a pena em um ambiente regido pela lógica da abundância.

O imperativo da “escolha” como valor moderno, inspirado em atitudes individualistas típicas da sociedade capitalista e consumista, mobiliza emoções destes homens que apostam também no sexo acumulativo como possibilidade de alargar suas experiências sexuais, emocionais e de fruição do ócio. O que os coloca, muitas vezes, diante de paradoxos flagrantes, posto que o próprio meio pelos quais procuram estabelecer estes vínculos tem a marca do negócio, da racionalização (PELÚCIO, 2019, p. 197).

Rodrigo quer intimidade, mas não tem tempo e disposição para construí-la. Márcio quer um namorado, mas aciona critérios muito elevados em suas buscas. Lucas enxerga os aplicativos como bons espaços para o exercício de sua sexualidade, mas na maioria das vezes não consegue alcançar seu objetivo que é ter encontros

presenciais. Soma-se a isso o fato de que, em sua experiência, esses aplicativos são viciantes e despertam nele um sentimento de ansiedade.

Nesse novo regime de gestão dos afetos e da sexualidade, a insegurança é um efeito desejado e esperado. Para Sennett, “a insegurança está programada no novo modelo institucional” (SENNETT, 2018, p. 172). Essa nova forma de gerir os afetos e a sexualidade tem por finalidade manter os nossos desejos permanentemente em movimento em um contexto marcado pelo entrecruzamento entre a gestão dos encontros e a gestão do trabalho, entre trabalho e lazer e onde a personalidade do indivíduo tornou-se a chave do sucesso social e administrativo.

Esse ethos está fortemente ancorado com lógicas de mercado e do mundo do trabalho, de forma que a aposta, o risco e, quem sabe, a conquista requerem investimentos, e estes pedem cálculos justamente em um campo no qual fomos ensinados que deve ser regido pela suposta espontaneidade dos afetos (PELÚCIO, 2019, p. 183).

Os aplicativos de busca de parceiros se constituem como um campo bastante heterogêneo de sujeitos e práticas sociais. Seus usos são complexos e por vezes ambivalentes, pois deflagram a complexidade desse novo regime de gestão dos afetos e da sexualidade com o qual ainda estamos nos familiarizando. Elegi estes três perfis como exemplos de como se organiza a lógica empreendedora nos aplicativos ciente de que eles não revelam a complexidade dos usuários e de seus usos. Contudo, na minha experiência enquanto pesquisador dessas mídias e por meio das interações e das entrevistas que realizei esses relatos se mostraram “bons para pensar” o que eu já vinha observando acerca dessa relação entre mundo dos afetos e a dinâmica do mercado. O campo foi me dando sinais desta relação e eu fui me apropriando deles e trazendo a teoria para me orientar nessa minha imersão. Trazer esses relatos não significa ilustrar uma hipótese previamente construída, mas consiste em um exercício de construção de uma hipótese enquanto se está vivenciando o mergulho nas práticas sociais investigadas. Mergulhei nos aplicativos muito confuso de quais aspectos eu iria eleger para observar com mais atenção: o conteúdo dos perfis, a análise das interações, a aposta em entrevistas narrativas específicas.

Agitado pelas sensações produzidas pelo campo, analisei, interagi, me encontrei virtualmente e pessoalmente com alguns usuários, me senti cansado do campo, mas também fruí enquanto passava os dedos na tela do meu celular. Me

arrisquei e inovei meu perfil para parecer mais atrativo. Assim como meus colaboradores, me empreendi (mesmo na condição de pesquisador) nos aplicativos de busca de parceiros. E, deste exercício, pude compartilhar com os leitores desta tese o que depreendi destes encontros e desencontros digitais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Escrever uma tese sobre masculinidades, afetos e mercado no contexto digital foi uma tarefa bastante exigente. Neste tipo de pesquisa, carregamos o campo com a gente, exercitamos um tipo de disciplina diferente das pesquisas realizadas em contextos *off-lines*. O campo nos interpela a todo o momento e não participar desta dinâmica pode repercutir diretamente nos resultados de nossas pesquisas.

O exercício de tecer as correlações entre a esfera macro do sistema capitalista e a esfera micro da intimidade de usuários de aplicativos de busca de parceiros me mostrou que de fato acionamos em nossas interações sociais e no modo de nos compreendermos as estruturas sociais de uma época. Como sujeitos inseridos no tempo presente, carregamos as marcas deste tempo que atuam não somente na constituição de nossas subjetividades, mas também no modo como nos organizamos socialmente.

Como um homem gay, branco, de classe média, pesquisador, doutorando em Sociologia e sentindo na pele as mudanças experimentadas no mundo do trabalho e dos afetos nos últimos vinte anos me vi na difícil tarefa de reconstituir a partir desta tese o elo de duas esferas aparentemente apartadas: a esfera do mercado e a dos afetos que na contemporaneidade se tornou um campo hiper-racionalizado, quantificável e transformado em objeto de intervenção gerencial dos indivíduos e das empresas. Como afirma Pelúcio (2019, p. 198), “mercado dos afetos é um jogo que a maioria sai perdendo posto que a regra básica do mercado é a desigualdade de acesso aos bens disputados.”

Essa forma de modulação subjetiva e social contemporânea profundamente marcada pelo espraiamento de uma lógica capitalista neoliberal para todos os domínios da vida exige que nossas análises sobre a vida social considere as especificidades e os desafios colocados para nós enquanto cientistas sociais. Durante boa parte desta pesquisa, fiquei tentando perceber como essa lógica capitalista neoliberal que não só enquadra subjetividades, mas um tipo de relação social era apropriada de maneira criativa pelas pessoas que estavam por trás daqueles perfis. Como Bourdieu (2001) nos ensinou, a vida social é reprodução e invenção e não posso terminar esta pesquisa afirmando que nos aplicativos de busca de parceiros não há invenções criativas que consideram formas distintas de uso dessa plataforma.

Se a ideia de agência estiver ligada aos diferentes modos de uso que as pessoas acionam nos espaços que utilizam e transitam na vida cotidiana, afirmo que observei agência, apropriações criativas, formas de uso que iam além do instituído de um certo uso considerado hegemônico. Mas se a ideia de agência estiver ligada a uma reformulação do enquadramento interacional desses atores, o que observei ouvindo, convivendo com pessoas que utilizam esses aplicativos, utilizando eles tanto na condição de usuário como de pesquisador foi a prevalência de um modelo de interação que se não inviabilizava outras formas de interagir criava barreiras na construção de vínculos que iam na contramão do enquadramento estratégico ancorado por uma exigência de visibilidade colocada como exigência para interagir com o outro e em interações marcadas pela objetividade, pela pressa e por uma evitação do vínculo. Srinivasan (2021, p. 117-118) afirma que:

[...] o Grindr, por sua natureza, incentiva os usuários a dividir o mundo entre aqueles não são objetos sexuais viáveis, de acordo com marcadores de identidade grosseiros – para pensar em termos de “fatores inegociáveis” e “requisitos” sexuais. Ao fazer isso, o aplicativo simplesmente aprofunda os sulcos discriminatórios pelos quais nossos desejos sexuais já se movem. Mas a paquera online – e em especial as interfaces abstratas do Tinder e do Grindr, que destilam a atração ao básico: rosto, corpo, altura, peso, idade, raça, slogan espirituoso- certamente absorveu o que há de pior no estado atual da sexualidade e tornou isso institucionalizado em nossas telas

Há um aspecto interessante na formulação da autora que é o fato de que essas plataformas também possuem agência e que essa agência opera a partir dos dados objetivos e subjetivos que oferecemos a essas plataformas desde a etapa de criação do perfil pessoal. Essa inteligência algorítmica age no sentido de pôr em contato pessoas parecidas, usuários que têm uma maior chance de darem certo. Essa operação se dá seja por meio do recurso da geolocalização, seja por meio do uso de filtros, seja através da atuação dos algoritmos por meio da inteligência artificial. Essa modulação algorítmica produz um efeito prático na vida de quem utiliza essas plataformas, alimentando uma falsa impressão de que estamos no controle da interação em um espaço aparentemente inclusivo.

O aplicativo atua no campo discursivo e representacional anunciando-se como um aplicativo que incluem e respeita a diversidade, pois em se tratando de uma plataforma comercial é interessante ampliar ao máximo seu alcance de modo a incluir todos, todas e todes. O problema nisso tudo é que incluir mais agentes sociais (trans,

não binários, travestis, dentre outros) e novas formas de relação (trisal, poliamor, relação aberta) não é o mesmo que criar condições viáveis onde coexistam a pluralidades de formas de ser e se relacionar. O aplicativo faz isso emulando um espaço que lembra e muito um lugar de trocas comerciais, incitando a competitividade entre os usuários e minando formas de interação consideradas pouco “flexíveis” (usando um termo do capitalismo atual) ou pouco adaptáveis a esse novo regime de gestão de si e dos afetos. Nesse tipo de mercado afetivo,

Valores como flexibilidade, destemporalização, desterritorialização e autonomia passam a ser cultivados como parte da construção de uma nova e bem-vinda subjetividade. Repete-se, assim, o que já aconteceu com os valores puritanos- modo de vida frugal, recusa deliberada ao consumo e ao prazer imediato e adesão ao trabalho como vocação para a maior glória de Deus-, que estabeleceram afinidades eletivas com o “espírito” capitalista e foram fundamentais para o sucesso da disseminação desse modo de produção (RODRIGUES, 2010, p. 13).

Constato durante esses quatro anos de imersão nos aplicativos de busca de parceiros que a maneira como a maioria dos usuários estava utilizando os aplicativos seja para buscar por sexo, afeto, oportunidade de trabalho, seja apenas para “fumar um” (F1), para matar o tédio ou até para desenvolver uma relação mais estável (para ficar somente em alguns usos) revelava como os usuários, de diferentes maneiras estavam participando e eram afetados pelas transformações experimentadas nos últimos vinte anos no mundo do trabalho, na esfera do consumo, no campo da masculinidade, da sexualidade e do amor. Reitero que meus colaboradores assim como eu, mesmo na condição de pesquisador, de diferentes maneiras somos afetados por essas estruturas sociais que na contemporaneidade têm atuado modelando a nossa subjetividade, nossa forma de nos relacionar com o outro e nosso lugar no mundo. O aplicativo foi um laboratório onde eu pude observar a vida social acontecendo, onde pude ver de perto o dilema de tantos homens gays que assim como eu se diziam se sentir solitários em uma estrutura heteronormativa ainda muito forte e que, mesmo diante de tantos avanços, ainda organiza a vida social a partir de uma lógica binária e de uma masculinidade precária, centrada na penetração, na violência e no exercício de uma sexualidade recreativa e serial como modo de assegurar e de sustentar esta forma de empreender a si que confere pouco

espaço de abertura ao outro, pois centrada em si, uma subjetividade empreendedora e, por conta disso, bastante frágil.

Sobre o impacto que esses dispositivos têm na vida de quem os utiliza em uma sociedade onde a internet se tornou incorporada, corporificada e cotidiana (PARREIRAS; LINS, 2020) posso afirmar que assim como meus colaboradores experimentei sensações ambivalentes nesse período de imersão. Por vezes instalei e desinstalei os aplicativos, mudei minhas fotos e o nome do meu perfil, senti estafa emocional, solidão e fiquei bastante ansioso. Mas também senti tesão, achei alguns usuários bonitos, me interessei por outros, fiquei envolvido em algumas conversas, falei de mim, ouvi sobre a experiência do outro, aprendi e desaprendi muita coisa sobre o que parecia ser um novo modo de se relacionar embora tenha percebido muito mais reprodução do que invenção.

Embora a busca centrada no sexo seja uma premissa desses aplicativos (como afirmou um dos usuários que eu conversei: “a primeira noção é que aqui não é encontro romântico. É sexo”) é importante que se diga que é possível ir além deste uso. Segundo os meus colaboradores, embora os encontros que fugiam ao *script* sexual tenham sido mais raros (seja pela própria plataforma criar uma ilusória sensação de abundância, seja porque a maioria das interações partiam de um roteiro prévio, seja por falta de interesse de algumas pessoas em relações que não iam direto ao ponto) encontrei usuários dispostos a interações menos apressadas (O usuário No tempo 28 se apresentava com a seguinte descrição: “Papear, tomar um vinho, relaxar, curtir de leve”), alguns que se mostravam incomodados com a dinâmica do app (“Se tratem antes de buscar sexo. Respeitem a vontade do outro, ninguém é obrigado a ser igual ao outro”) outros que mostravam ter um interesse legítimo pela pesquisa e inclusive alguns poucos que diziam buscar amor (“É sobre encontrar alguém que esteja na mesma vibe, sem forçar nada... Sempre vai haver aquele encaixe perfeito! Às vezes demora, mas sempre há”) e ainda outros que apontavam para um certo fracasso presente na lógica neoliberal da escolha infinita (“Fica aí esperando alguém que caiba no teu sonho”). Logo no final da pesquisa me deparei com um usuário que me enviava uma mensagem se apresentando da seguinte forma:

“Me chamo Cláudio (nome fictício)... moro na Varjota, próximo a faculdade FB na Dom Luís. Um cara calmo e de boa.... que tá em uma vibe mais intimista e de autoconhecimento. Terapia em dias e não medicado (kkk, brincadeira verdadeira). Trabalho na área da saúde ... curto programas e

peças que agregam algo bom e positivo. Como te falei estou mais para Demissexual... no qual prefiro um lance com uma certa "intimidade" e não só um consolo e buraco. Quero uma coisa leve que traga boas lembranças, sem cobranças. Totalmente independente e estável em todas as esferas."

A descrição de Cláudio tem muitas camadas. Vou me ater a algumas. Seu relato revela o efeito do que Illouz cunhou de *ethos* terapêutico presente no discurso da atualidade centrado na ideia de felicidade como um imperativo e caracterizado no cultivo e no empoderamento do eu (um eu com terapia em dia, um eu positivo, um eu avesso a cobranças e totalmente independente e estável em todas as esferas da vida) resultante de uma sociedade em que "a capacidade de superação se tornou uma verdade científica" (CABANAS; ILLOUZ, 2022, p. 18), uma sociedade obcecada e ansiosa pelo eu interior que tem se deparado com a constante preocupação de corrigir defeitos psicológicos visando o aprimoramento pessoal" (CABANAS; ILLOUZ, 2022, p. 21). Mas o anúncio de Cláudio também tem marcas de gênero e classe. O bairro onde ele mora e que ele faz questão de destacar não é uma pista que deva ser desconsiderada. Ele revela também um estilo de vida. Cláudio mora em uma região considerada nobre na cidade de Fortaleza, o que pode reafirmar seu discurso como sendo uma pessoa independente. Ao afirmar que busca alguém totalmente independente e estável, Cláudio me lembrou outros dois usuários (A fim? Lê aí e Marcos).

Se dizer independente e estável é uma característica importante dos empreendedores de si, é uma forma de se anunciar que tem uma marca de gênero, de classe e de raça. A dependência historicamente foi uma posição diretamente associada ao lugar ocupado pelas mulheres, portanto trata-se de uma posição de pouco prestígio justamente por ser uma posição associada a quem é supostamente mais fraco no contexto de uma hierarquia social. Um homem que cuida da casa, dos filhos e que realiza atividades que por muito tempo eram vistas como femininas é ainda considerado por muita gente uma espécie de homem incompleto ou fracassado (ainda que gay), já que no nosso imaginário social (embora isso esteja mudando) o ambiente doméstico ainda é enxergado como sendo a casa das mulheres enquanto a rua, o espaço público é tido como a casa dos homens. Se dizer independente e estável é uma forma de se anunciar melhor nesse mercado afetivo. É uma forma de se limpar dos estigmas historicamente associados às homossexualidades: é gay, mas "deu

certo na vida”, revela o tipo de reconhecimento precário que os gays alcançaram no contexto de uma sociedade capitalista enquanto consumidores.

O surgimento da internet, inicialmente com os bate-papos e atualmente com os aplicativos de busca de parceiros além de ter alargado as possibilidades de interação, ampliando e espraiando as fronteiras do “gueto gay” viabilizou encontros que antes eram impossíveis. A mediação das tecnologias móveis embora venha trazendo muitos impasses sobretudo quando pensamos que essas tecnologias não são neutras e que por traz de cada gesto nosso há a operação de uma Inteligência algorítmica que se alimenta dos usos que fazemos da tecnologia para tornar nossas ações cada vez mais preditivas e controláveis também tem modificado a maneira como vivenciamos a cidade, a mobilidade urbana, a nossa maneira de trabalhar, a nossa relação com o espaço doméstico, a nossa sexualidade e os nossos afetos.

A pandemia do coronavírus só escancarou essas mudanças trazidas com essa nova versão comercial da internet onde os usuários deixaram de ser simples consumidores de informações para serem alçados a condição de protagonistas, criadores de conteúdo digital. As redes sociais foram o palco de exposição dos nossos ódios sociais e estruturais, da nossa incapacidade de dialogar, minando as possibilidades de um debate mais simétrico e democrático. A incorporação desses aparelhos em nossas vidas exacerbou as nossas ansiedades e também modificou o valor que antes atribuíamos a nossa intimidade (que se transformou em uma ex-timidade, um território exposto ao olhar do outro, um lugar monetizável, um lugar que se pode ter acesso com um “agrado”, com um pix).

O aplicativo mudou a forma de interação, a dinâmica e a maneira de encetar, manter e desenvolver os contatos, imprimindo um ritmo à pesquisa que eu jamais havia experimentado. Tratou-se de uma etnografia cuja a imersão foi dada em um tempo comprimido, sem a presença física do outro, adivinhando contextos e geografias, lidando com contatos fugazes, mas significativos. (PELÚCIO, 2019, p. 229- 230)

Esse processo onde as emoções têm alçado um lugar de centralidade na versão atual do capitalismo tem sido o reflexo de uma sociedade neoliberal centrada na maximização de si e na comoditização da felicidade. Como afirma Cabanas e Illouz (2022, p.268), “em nossos tempos, a figura da obediência assume a forma do processamento e da maximização do eu”. As emoções se tornaram o alvo de uma cultura empresarial levada a cabo por coachs, especialistas no treinamento das

pessoas interessadas em alcançar a otimização de suas atividades pessoais e produtivas.

Noções como inteligência emocional são expressões de uma demanda social muito mais ampla por racionalidade emocional, firmando as emoções na esfera privada da responsabilidade individual. Hoje as emoções estão no centro do ethos terapêutico de cuidado pessoal nas sociedades neoliberais: são vistas como uma das principais fontes de saúde mental e física e de adaptação social, mas também da origem do sofrimento e do desajuste social e dos transtornos mentais e físicos – e, assim, exige-se que os indivíduos se esforcem para regulá-las e administrá-las de forma correta (CABANAS; ILLOUZ, 2022, p. 187).

O que tem se chamado de relações líquidas, amor neoliberal, pre do amor, constitui na maneira como o amor vem respondendo a um conjunto de transformações vivenciadas na esfera macrossocial. Em um ambiente econômico e político marcado pela incerteza e pelo medo, os sujeitos acabam por voltarem-se para si mesmos, na busca do fortalecimento de eu interior a fim de se protegerem perante um contexto social árido. Cabanas e Illouz (2022) analisam como em contextos marcados por uma ideologia neoliberal individualizante centrada no imperativo da felicidade, as subjetividades se constituem marcadas pela competitividade e pelo medo.

Linkar

Décadas atrás, Christopher Lasch argumentou que em tempos de dificuldade o cotidiano se torna um exercício de sobrevivência psíquica” em que as pessoas, confrontadas com um ambiente instável, arriscado e imprevisível, recorrem a um tipo de recuo emocional diante de qualquer compromisso que não seja o autoaperfeiçoamento psíquico e o seu bem-estar. (CABANAS; ILLOUZ, 2022, p. 101).

Por meio da adoção de uma postura flexível, foco e espírito empreendedor, é possível atingir toda e qualquer meta. Basta se esforçar e querer. Essa lógica de auto centramento resultante de uma cultura neoliberal e intensificada com o surgimento de uma sociedade plataformizada se deu a ver na dinâmica das relações levadas a cabo por homens que utilizam aplicativos de celular para construir interações de cunho sexual com outros homens. Como afirma Cabanas e Illouz (2022, p. 152), “a autonomia e a flexibilidade estão entre as habilidades mais valiosas de que os indivíduos devem se valer para poder prosperar na lógica instável, líquida e competitiva das corporações neoliberais.”

Embora a esfera do mercado econômico não seja a mesma do que se convencionou chamar de mercado amoroso fui me dando conta com o passar dos anos a porosidade entre os dois e uma tendência do que chamo por não encontrar uma melhor expressão de uma certa colonização da vida sexual e afetiva por uma lógica centrada no custo-benefício, na possibilidade de escolha infinita e de descarte e na fruição da busca. Nas redes, o prazer precisa ser calculado: o interlocutor precisa ter a imaginação estimulada para gerar níveis elevados de excitação, mas nada em demasia, uma vez que se o estímulo for excessivo, pode levar a um orgasmo que torna sem sentido a concretização do encontro. Esse processo de autovigilância se dá em nome de uma suposta autonomia que se converte na mera internalização das injunções do mercado, tornando “a liberdade uma obrigação de desempenho” (SAFATLE, SIVA JUNIOR & DUNKER, 2021, p. 165), o que tem resultado na formação de subjetividades frágeis e incapazes de lidar com demandas emocionais (TURKLE, 2011). De acordo com Sherry Turkle, “com as novas tecnologias nos acostumamos a nos livrar das pessoas simplesmente não respondendo”.<sup>74</sup>

Se já foi dito que os aplicativos põem diferentes mercados em fricção, como o mercado do sexo com a venda de conteúdos e atividades de prostituição, das drogas e de profissionais “vendendo” seus serviços como nos trouxe o exemplo do fisioterapeuta e de vários ubers, barbeiros e massoterapeutas que encontrei a noção de empreender-se a si mesmo nos aplicativos, em particular, e nas redes de maneira geral me fez compreender que embora grande parte dos usuários não monetizassem suas interações havia uma mercado-lógica que organizava aquelas interações e as formas de subjetivação daqueles homens, como bem concluiu Pelúcio (2019).

Apostei na noção de empreendedorismo de si como um modo de subjetivação e de construção de relações sociais específicas como a chave conceitual e analítica que encontrei para pensar o funcionamento dos aplicativos de busca de parceiros e em que medida eles têm atualizado algumas dinâmicas do sexo impessoal entre homens no contexto de uma sociedade neoliberal e plataformizada. Se na São Paulo de 1980 analisada por Perlongher (1987) o flerte homossexual consistia em uma operação que envolvia cálculo e acaso no contexto de uma sociedade em que a homossexualidade não tinha visibilidade e que o gueto era o único espaço possível

---

<sup>74</sup> Disponível em: <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/sexo/ghosting-a-maneira-cruel-de-acabar-com-relacionamentos-na-era-digital,7e970222ce61b72e7f43959a3d384a4exey5rh77.html>.. Acesso: 01/06/2023.

de construção de algum tipo de sociabilidade e subjetividade, hoje ele se tornou mais personalizado, mais seletivo e mais privatizado. O gueto está ao alcance de nossas mãos. Não é preciso mais ter que enfrentar o temor das ruas ou dos espaços de pegação para vivenciar o desejo por outros homens. Nos aplicativos, a pegação se individualizou, se tornou uma atividade hiperracional, higiênica e bastante seletiva.

Mas se empreender no mundo dos negócios é uma atividade arriscada e atravessada por instabilidades de diversas ordens, ser um empreendedor de si mesmo não é muito diferente. Empreender-se nos aplicativos funciona como uma espécie de fachada, um tipo ideal que é instrumentalizado pela grande maioria dos usuários dos aplicativos como forma de ter sucesso em suas interações. O empreendedor de si como um modo de subjetivação está ligado também a um modo hegemônico de performar a masculinidade: um modo direto, sem envolvimento, supostamente seguro de si, que lida com o sexo com uma atividade racional que precisa ser resolvida. A fachada do empreendedor mobiliza as interações nos aplicativos e organiza a dinâmica de boa parte das interações que observei nesses quatro anos de pesquisa.

O empreendedorismo de si nos aplicativos de busca de parceiros tem homogeneizado a experiência do flerte. Mas como toda fachada tem o seu avesso, o exercício do empreendedorismo de si revela para além de sua fachada uma dificuldade de manter vínculos que saiam desse registro estratégico, como bem sinalizou Illouz (2011). Ouvi alguns usuários se queixando sobre uma burocratização do sexo. Foi estranho ouvir isso. Como estava difícil de transar se o objetivo dos aplicativos era facilitar os encontros sexuais entre homens? Com o tempo, fui percebendo que a experiência da fruição possibilitada pela troca de imagens eróticas (nudes), de vídeos, ou mesmo de mensagens de texto para muitos usuários era mais prazerosa, mais econômica do que o encontro presencial propriamente dito e mais segura. Alguns diziam que precisava valer a pena o deslocamento, pois a gasolina estava cara. No mundo dos afetos neoliberais, parece que ninguém está disposto a perder. A abundância imaginada de poder interagir com vários homens ao mesmo tempo sem ter que escolher tem transformado esses usuários em colecionadores de contatos, em eternos buscadores.

Na imersão nos aplicativos para busca de parcerias sexuais e/ou amorosas temos a impressão de otimizar o tempo, de economizar recursos financeiros

e emocionais. Sem sair de casa ou do trabalho, temos acesso a um vasto catálogo de perfis. As recusas não são publicizadas, doem na solidão da tela e podem ser amenizadas pela permanência no jogo, o que pode dar a sensação de que somos nós que estamos escolhendo, mais do que estamos sendo escolhidas/os (PELÚCIO, 2022, p. 213).

Para um bom empreendedor parar de investir é o mesmo que morrer. Para muitos homens gays estacionar em um relacionamento, escolher, é abandonar todas as possibilidades de interações que o aplicativo parece oferecer. Mas na prática não é bem assim. A depender da posição que o usuário ocupa nesse mercado afetivo sua experiência pode ser muito frustrante e solitária. Empreender é também sobre nunca desistir, mesmo diante do desânimo e do cansaço. Em um tempo que em se disseminam discursos sobre a felicidade e o empoderamento, é preciso sempre recalibrar o eu para continuar a “guerra”. Era assim que eu me sentia nos aplicativos como se eu estivesse em uma guerra, em uma eterna competição e o resultado disso era um cansaço e uma perda no interesse de investir, de parar para ouvir e de estabelecer alguma troca na qual o sexo não fosse a única finalidade.

Se a competitividade sempre caracterizou as interações homosociais, em um contexto hiperconectado e hiperindividualista centrado no empoderamento do eu competir ganhou mais expressividade. O mundo do empreendedorismo destoa do que as pessoas têm vivido na prática. Conversei com muitos amigos, interlocutores que usavam os aplicativos e experimentei na minha própria experiência enquanto usuário e pesquisador um sentimento de solidão. Longe de querer moralizar a sexualidade de homens gays, um questionamento que ouvi no episódio intitulado de Solidão Gay (parte 2) no *podcast Vibes em análise* me inquietou: será que entre homens gays não é possível haver outras formas de sociabilidade não centradas somente no sexo? E por que o sexo tem se burocratizado cada vez mais em um contexto de aumento significativo da produção de conteúdo sexuais nas redes? Essa discussão deixo ser discutida em pesquisas futuras.

Cheguei ao fim desta pesquisa com a difícil conclusão de que esses homens têm experimentado uma forma de masculinidade muito precária, referenciada na imagem do homem discreto, o homem que não se envolve, que não se afeta, que por ter aprendido a exercitar sua masculinidade a partir dos jogos e da competitividade, construiu para si formas de ser bastante rígidas, encapsuladas, uma masculinidade segura de si mesma, centrada na penetração e na violência e que

enxerga a busca incessante como um elemento virilizante, como uma forma imaginária de garantir um status de desejabilidade e de reconhecimento frente a um contexto social questionado pelos feminismos e pôs às claras a ficcionalidade da ordem heteronormativa impactando o lugar seguro no qual se assentava a masculinidade. Nessa batalha de massas de pessoas disputando é preciso flexibilizar o corpo ao máximo para continuar competindo.

Concordamos com Pelúcio (2017, p. 15) quando ela afirma que “ainda que tenha se alargado as possibilidades de encontros para homens que procuram amor e sexo com outros homens, estes têm dado cercado por recusas, frustrações e regulações que os próprios usuários estabelecem”. Diante de um contexto social de fragilização de laços coletivos e de profunda individualização, de que maneira o sexo e a sexualidade têm atualizado novas desigualdades sociais a partir do processo de captura da solidão dos usuários e de sua consequente transformação em um negócio altamente lucrativo?

## REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2020.
- ADELMAN, Miriam. Por amor ou por dinheiro? Emoções, discursos, mercados. **Contemporânea**, São Carlos, v. 1, n. 2, p. 117-138, 2011.
- BALIEIRO, Fernando de Figueiredo. O match entre o amor e o mercado: uma análise antropológica das masculinidades em aplicativos de relacionamento. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 62, p. 1-4, 2021.
- BAPTISTA, Rafael Ferraz. Masculinidades em aplicativos de encontros Gays: análise da negociação das masculinidades e da auto-representação dos corpos. **Áskesis**, São Carlos, v. 7, n. 1, 68-78, 2018.
- BARRETO, Victor Hugo Souza. Quando a pesquisa é o problema: o tabu no estudo das práticas sexuais. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 270-293, 2017.
- BARRETO, Victor Hugo de Souza. A pesquisa em práticas sexuais: políticas e moralidades na academia. **Antropolítica**, Niterói, n. 43, p. 203-229, 2019.
- BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BRAZ, Camilo Albuquerque de. **À meia-luz**: uma etnografia imprópria em clubes de sexo masculinos. 2010. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.
- BRAZ, Camilo Albuquerque de; SILVEIRA, Raphael. Nos limites da cena: reflexões metodológicas sobre o “estar lá” em contextos eróticos. *In*: REUNIÓN DE ANTROPOLOGÍA DEL MERCOSUR, 10., 2013, Córdoba. **Anais [...]**. Córdoba: UNC, 2013.
- BRUNELLI, Priscila Barbosa; SILVA, Shirlena Campos de Souza; AMARAL, Pauline Aparecida Ildefonso Ferreira da. Autoestima alimentada por 'likes': uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. **Revista Philologus**, Rio de Janeiro, v. 25, p. 226-236, 2019.
- BENÍTEZ, María Elvira Díaz. Dark Room aqui: um ritual de escuridão e silêncio. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 16, n. 16, p. 93-112, 2007.

BLOK, Anton. O narcisismo das pequenas diferenças. **Interseções**, Rio de Janeiro, v. 18 n. 2, p. 273-306, dez. 2016.

BUCHER, Taina; HELMOND, Anne. The Affordances of Social Media Platforms. *In*: BURGESS, Jean; POELL, Thomas; MARWICK, Alice. (ed.). **The SAGE Handbook of Social Media**. London: SAGE Publications, 2018. p. 233–253.

CABANAS, Edgar; ILLOUZ, Eva. **Happycracia** – fabricando cidadãos felizes. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Editora Saraiva, 2007.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Editora Boitempo, 2016.

DE LAURETIS, Teresa. **Technologies of gender**: essays on theory, film and fiction bloomington. Indiana: University Press, 1989.

DUARTE, Luiz Fernando Dias. O império dos sentidos: sensibilidade, sensualidade e sexualidade na cultura ocidental moderna. *In*: HEILBORN, Maria Luiza (org.). **Sexualidade**: o olhar das ciências sociais. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

FACIOLI, Lara Roberta Rodrigues; PADILHA, Felipe André. Ética e pesquisa em ciências sociais: reflexões sobre um campo conectado. **Mediações**, Londrina, v. 24, n. 1, p. 228–258, 2019.

FAVRET-SAADA, Jeanne. “Ser afetado”, **Cadernos de Campo**, São Paulo, n. 13, p. 155-161, 2005.

FERREIRA, Paulo Rogers. **Os afectos mal-ditos**: o indizível nas sociedades camponesas. São Paulo: Hucitec, 2008.

FERREIRA, João Paulo; MISKOLCI, Richard. O desejo homossexual após a AIDS: uma análise sobre os critérios acionados por homens na busca por parceiros do mesmo sexo. **Ciência & Saúde Coletiva**, Manguinhos, v. 25, p. 999-1010, 2020.

FREIRE, Sandra Elisa de Assis. **Poliamor, uma forma não exclusiva de amar**: correlatos valorativos e afetivos. 2013. Tese (Doutorado em Psicologia Social) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I**. A vontade de Saber. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

FRANÇA, Isadora Lins. **Consumindo lugares, consumindo nos lugares**: homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo. Rio de Janeiro: UERJ, 2012.

FREUD, Sigmund. Psicologia das Massas e Análise do Eu (1921). *In*: **Obras completas** – Psicologia das Massas e Análise do Eu e outros textos (1920-1923). São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

GADELHA, Kaciano Barbosa. Para além da pegação?: performatividade e espacialidade na produção de materialidades sexuais online. **Áskesis**, São Carlos, v. 4, p. 56-73, 2015.

GIDDENS, Anthony. **Transformações da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Ed. UNESP, 1993.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Rio de Janeiro: Vozes, 1985.

GOLDMAN, Marcio. Os Tambores dos Mortos e os Tambores dos Vivos. Etnografia, Antropologia e Política em Ilhéus, Bahia. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 46, n. 2, p. 445-476, 2003.

HALBERSTAM, Jack. **A arte queer do fracasso**. Recife: Cepe, 2020.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica**: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Belo Horizonte: Âyiné, 2018.

HAN, Byung-Chul. **No exame**: perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018.

HAN, Byung-Chul. **O desaparecimento dos rituais**: uma topologia do presente. Petrópolis: Vozes, 2021.

HOCQUENGHEM, Guy. **A contestação homossexual**. São Paulo. Editora Universitaires, 1980.

ILLOUZ, Eva. **El consumo de la utopía romántica**. El amor y las contradicciones culturales del capitalismo. Madrid: Katz Editores, 2009.

ILLOUZ, Eva. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

ILLOUZ, Eva. **La Fin de l'amour**. Enquête sur un désarroi contemporain. Paris: Éditions du Seuil, 2020.

ILLOUZ, Eva. Vivemos em um mundo colonizado pela hipersexualização dos corpos e das psiques. **El país**. São Paulo, 2 jan. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2021-01-02/eva-illouz-vivemos-em-um-mundo-colonizado-pela-hipersexualizacao-dos-corpos-e-das-psiques.html>. Acesso em: 2 mai. 2023.

KAPLAN, Robert; NORTON, David. **Mapas estratégicos**: convertendo ativos intangíveis em resultados tangíveis. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KLESSE, Christian. Polyamory: Intimate, practice, identity or sexual orientation? **Sexualities**, Thousand Oaks, v. 17, n. 1-2, p. 81-99, 2014.

KULICK, Don. The sexual life of anthropologists: erotic subjectivity and ethnographic work. *In*: KULICK, Don; WILLSON, Margareth. (ed.) **Taboo: sex, identity and erotic subjectivity in anthropological fieldwork**. London: Routledge, 1995.

LEAP, William; LEWIN, Ellen. Introduction. *In*: LEAP, Lewin. (org.). **Out in the Field**. Chicago: University of Illinois Press, 1996.

LEMOS, André. Dataficação da vida. **Civitas**, Porto alegre, v. 21, n. 2, p. 193-202, 2021.

LIEDKE, Lucas. **Entre sessões: psicanálise para além do divã**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2023.

LINS, Beatriz Accioly; PARREIRAS, Carolina; FREITAS, Eliane Tânia de. Estratégias para pensar o digital. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 29, p. 1-11, 2020.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo**. Lisboa: Relógio D'água, 1983.

MAUSS, Marcel; LEVI-STRAUSS, Claude. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1974.

MBEMBE, Achille. **Crítica da razão negra**. Antígona: Lisboa, 2014.

MILLER, Daniel; DON, Slater. Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 10, n. 21, p. 41-65, 2004.

MILLS, Charles Wright. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.

MISKOLCI, Richard. Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 14, p. 681-693, 2006.

MISKOLCI, Richard; PELÚCIO, Larissa. Aquele não mais obscuro negócio do desejo. *In*: PERLONGHER, Néstor. **O negócio do michê: a prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Fundação Editora Perseu Abramo, 2008.

MISKOLCI, Richard. Novas Conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais. **Cronos**, Natal, v. 12, p. 9-22, 2011.

MISKOLCI, Richard. **Desejos digitais: uma análise sociológica da busca por parceiros online**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

MISKOLCI, Richard. **Batalhas morais: política identitária na esfera pública técnico-midiatizadora**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

MONTEIRO, Janaina de Souza. **O dispositivo da sexualidade e seu redimensionamento à luz da biopolítica: uma reflexão foucaultiana**. 2017. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017.

OLIVEIRA, Thiago de Lima. **Engenharia erótica, arquitetura dos prazeres: cartografias da pegação em João Pessoa, Paraíba**. 2016. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2016.

ORTEGA, Francisco. Da ascese à bio-ascese: ou do corpo submetido à submissão do corpo. *In*: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luiz B.; VEIGA-NETO, Alfredo. (org.). **Imagens de Foucault e Deleuze: ressonâncias nietzschianas**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p. 139-174.

PADILHA, Felipe André. **Entre macacos velhos e queerpiras: uma etnografia por entre as interfaces dos serviços comerciais de busca por parceiros online no interior paulista**. 2019. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2019.

PAIS, José Machado. **Nos rastros da solidão: deambulações sociológicas**. 3. ed. Berlin: GD Publishing/Edições Machado, 2016.

PELUCIO, Larissa. "No salto" - Trilhas e percalços de uma etnografia entre travestis que se prostituem. *In*: BONETTI, Alinne; FLHEISHER, Soraya. (org.). **Entre saias justas e jogos de cintura**. 2.ed. Santa Cruz do Sul: Edunisc; Editora Mulheres, 2007. p. 95-125.

PELÚCIO, Larissa. **Amor em tempos de aplicativos: Masculinidades heterossexuais e a nova economia do desejo**. São Paulo: Annablume, 2019.

PELÚCIO, Larissa. A uberização do amor: aplicativos de encontros em cenário tecnoliberal e pandêmico. **Revista TOMO**, São Cristóvão, v. 41, p. 199-232, 2022.

PERLONGHER, Néstor. **O negócio do michê: prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

PRECIADO, Paul B. **Testo junkie: sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica**. São Paulo: n-1 edições, 2018.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Fronteiras**, São Leopoldo, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

POLLAK, Michel. A homossexualidade masculina, ou: a felicidade no gueto? *In*: ARIÉS, Phillepe; & BÉJIN, André. (org.). **Sexualidades ocidentais**. São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 54-76.

RODRIGUES, Carla. Capitalismo tardio, redes sociais e dispositivos móveis: hipóteses de articulação. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 19., 2010, Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010. p. 1-15.

ROLNIK, Suely. **Esferas da insurreição: notas para uma vida não cafetinada**. São Paulo: n-1 edições, 2019.

ROSA, Fabio Morelli. **Não existe amor em app? Pistas sobre o processo de subjetivação entre homens por meio de aplicativos voltados ao público gay**. 2017. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista, Assis, 2017.

ROUDINESCO, Elisabeth. **O Eu soberano**: ensaios sobre as derivas identitárias. Rio de Janeiro: Zahar, 2022.

SABAT, Ruth. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 4-21, 2001.

SAFATLE, Vladimir, SILVA JÚNIOR, Nelson; DUNKER, Christian. **Neoliberalismo e a gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. 16. ed. Porto: B. Sousa Santos e Edições Afrontamento, 2010.

SANTOS, Sheila Cavalcante dos. Imersões, fluxos e desafios em uma etnografia no Tinder. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 1-20, 2020.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2018.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **O currículo como fetiche**: a poética e a política do texto curricular. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

SIMÕES, Júlio Assis; FRANÇA, Isadora Lins. Do gueto ao mercado. *In*: GREEN, James Naylor; TRINDADE, José Ronaldo Trindade. (org.). **Homossexualismo em São Paulo e outros escritos**. São Paulo: Unesp, 2005. p. 309-336.

SOUSA, Caio Marins Bento de. **Empreendedorismo na mídia digital**: a difusão do neoliberalismo. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Sociologia) - Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

SRINIVASAN, Amia. **O direito ao sexo**: feminismo no século XXI. São Paulo: Todavia, 2021.

STEINBERG, Shirley R. Kindercultura: construção da infância pelas grandes corporações. *In*: SILVA, H. da; AZEVEDO, J. C.; SANTOS, E. S. dos. (org.). **Identidade social e a construção do conhecimento**. Porto Alegre: Secretaria Municipal de Educação, 1997. p. 98-145.

STROMQUIST, Liv. **A rosa mais vermelha desabrocha**: o amor nos tempos do capitalismo tardio ou por que as pessoas se apaixonam tão raramente hoje em dia. São Paulo: Quadrinhos na Cia, 2021.

TURKLE, Sherry. **Alone together**: why we expect more from technology and less from each other. Nova York: Basic Books, 2011.

VALE, Alexandre Fleming Câmara. **No escurinho do cinema**: Cenas de um Público Implícito. São Paulo/Fortaleza: AnnaBlume/Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2000.

VALE, Alexandre Fleming Câmara. **O voo da beleza**: travestilidade e devir minoritário. 2005. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2005.

VAN DIJCK, José. A sociedade da plataforma: entrevista com José van Dijck. **Digi labour**: laboratório de pesquisa. S. l., 6 mar. 2019. Disponível em: <https://digilabour.com.br/a-sociedade-da-plataforma-entrevista-com-jose-van-dijck/>. Acesso em: 2 mai. 2023.

VASCONCELOS, Francis Emmanuelle Alves. **Gênero, uma palavra (mal)dita**: usos e apropriações de uma categoria analítica dentro e fora da academia. 2019. Tese (Doutorado em Sociologia) - Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019.

VASCONCELOS, Mário Fellipe Fernandes Vieira. **Meetidos**: O monta/ desmonta dos corpos, performances e identidades gays na boate Meet-Music & Lounge. 2013. Monografia (Graduação em Design-moda) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

VASCONCELOS, Mário Fellipe Fernandes Vieira. **Cinemão**: encruzilhadas de desejos e sensações. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2020.

VASCONCELOS, Mário Fellipe Fernandes Vieira; Pelúcio, Larissa Maués. Amor em tempos de aplicativo: entrevista com a antropóloga Larissa Pelúcio. **Cadernos de Campo**, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 1-19, 2020.

WHYTE, William Foote. **Sociedade de esquina**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. São Paulo: Intrínseca, 2021.

## APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Olá, obrigado por contribuir com o seu tempo para a minha pesquisa de doutorado em Sociologia. Agradeço se puder responder a essas perguntas da maneira que você conseguir falar mais sobre elas. Pode ser por escrito ou por áudio. Não se preocupe: sua identidade será preservada. Qualquer dúvida, só perguntar.

1. Nome que gostaria de ser identificado
2. Idade
3. Grau de escolaridade
4. Profissão
5. Estado Civil
6. Bairro onde reside
7. Gênero
8. Orientação Sexual
9. Raça
10. Atualmente, quantos aplicativos de paquera você utiliza?
11. O que você busca nos aplicativos de paquera?
12. Como você se apresenta no seu perfil?
13. Como você descreveria a sua experiência como usuário?
14. Que tipos de perfis lhe atraem e por que?
15. Que tipos de perfis não lhe atraem e por que?
16. Como você interage com os outros usuários no aplicativo?
17. Você já namorou alguém que conheceu no aplicativo?
18. Qual o critério que você utiliza para interagir com outros usuários?
19. Há quanto tempo você está usando o aplicativo?
20. Quais outros aplicativos de paquera você utiliza?
21. Aproximadamente, quantas horas do dia você passa no aplicativo?
22. Com quantas pessoas, em média, você interage por dia?
23. Descreva como tem sido suas experiências no aplicativo.

24. O que você acha que mudou na paquera com o surgimento dos aplicativos de encontro?

25. Além dos aplicativos, quais os outros espaços de paquera que você frequenta na cidade de Fortaleza?

## APÊNDICE B – APRESENTAÇÃO DO SCRUFF

O *Scruff* é um aplicativo móvel internacional direcionado a encontros entre homens gays, bissexuais e transgêneros. Atualmente, o aplicativo possui mais de 15 milhões de usuários cadastrados em todo mundo, estando presente em mais de 180 países e em seis continentes. O app está disponível para ser baixado nos sistemas operacionais *IOS (Iphone)*, *Android* e *Apple Watch* e encontra-se traduzido em 14 idiomas, incluindo espanhol, português, francês, chinês e árabe.

Fundado em 2010 nos Estados Unidos pelos sócios Johnny Skandros e Eric Silverberg, o aplicativo chega ao Brasil no ano de 2013. Nesse mesmo ano, o Brasil já contava com meio milhão de usuários cadastrados, sendo a segunda maior base do *Scruff* no mundo. Eventos como a Copa do mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos realizados no Rio de Janeiro no ano de 2016, ambos sediados no Brasil, foram decisivos na divulgação do aplicativo ao público gay brasileiro.

O aplicativo inicialmente foi criado com o intuito de facilitar o encontro entre homens gays e bissexuais, em âmbito local e global. Johnny Skandros, um dos seus idealizadores, ao observar a dificuldade em estabelecer uma aproximação da comunidade gay em um único espaço, dada a variedade de nichos (malhados, ursos, afeminados, padrão, daddy, nerd, dentre outros) desenvolve o aplicativo a fim de facilitar os encontros entre homens que buscavam interagir com outros homens. O termo *Scruffier* está vinculado a uma imagem de um homem, em geral, com pelos, músculos, masculinizado e viril que pode ser melhor visualizado entre os gays classificados como ursos<sup>75</sup>. Percebendo a incidência desse perfil de homens em determinados espaços direcionados ao público gay e por se identificar com este perfil de gay, o idealizador da plataforma enxergou neste fato a possibilidade de criar um negócio que suprisse uma possível demanda de mercado existente que era a limitação ou ausência de espaços de paquera e sociabilidade para esta modalidade de homens que escapavam do perfil gay dominante.

O aplicativo utiliza como ferramenta o GPS que calcula, em termos de distância, os usuários mais próximos e mais distantes entre si. No *design* da interface, os perfis dos usuários apresentam-se dispostos lado a lado, do mais próximo ao mais distante

---

<sup>75</sup> Urso é uma subcultura da comunidade gay masculina com eventos, códigos e identidade específica. Urso também é a descrição de um tipo físico de homens.

geograficamente. Ao clicar em cada foto, é possível ter acesso ao perfil do usuário, onde existem opções de bate papo direto com outros usuários, envio de “woff”<sup>76</sup>, favoritar um perfil, desbloquear álbuns privados de fotos e vídeos e outras informações compartilhadas pelo usuário.

Figura 19 - Imagem meramente ilustrativa da interface do Scruff



Fonte: Wikipedia<sup>77</sup>.

O aplicativo se estrutura a partir dos seguintes ícones que serão sumariamente descritos para uma melhor visualização do leitor. O ícone *Navegação* se configura na página principal da interface. Esse ícone do aplicativo concentra as ferramentas mais comuns utilizadas pelos usuários. O ícone *Scruff Match* possibilita o usuário denunciar

<sup>76</sup> Termo usado nas saudações entre Ursos. A um Urso particularmente interessante chama-se Woofy. No aplicativo, significa uma forma de comunicação rápida que sinaliza o interesse de um usuário por outro sem a mediação da linguagem escrita. Esse tipo de comunicação é realizado clicando no ícone representado por uma pata de urso presente na parte lateral do perfil de cada usuário.

<sup>77</sup> Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Scruff#/media/Ficheiro:Main\\_page\\_screenshot\\_of\\_Scruff.png](https://pt.wikipedia.org/wiki/Scruff#/media/Ficheiro:Main_page_screenshot_of_Scruff.png). Acesso: 8 jan. 2024.

um perfil por violação das diretrizes do *app* e ver os perfis que indicaram um interesse mútuo em conhecer o seu. O ícone *Venture* permite o usuário criar anúncios de quartos, gerenciar viagens, ter conhecimento dos membros que estão visitando uma determinada localidade, consultar os eventos que ocorrerão na cidade destino e saber quem são os embaixadores<sup>78</sup> do aplicativo na mesma. E, por último, o ícone *Eventos* possibilita aos usuários enviar um evento para ser divulgado no aplicativo, ver o número de membros que já confirmaram sua participação no evento, estabelecer parcerias com o próprio aplicativo e consultar a popularidade do evento a partir do número de pessoas confirmadas.

No quesito segurança, o aplicativo possui um recurso de alerta ao viajante que notifica o usuário quando ele chega em um país onde a homossexualidade é considerada uma prática criminosa. Em 2018, o aplicativo aboliu um modelo de receitas baseado em anúncios para aderir ao de assinaturas e publicidade direta com a justificativa de que essa mudança garantiria a segurança e a privacidade dos usuários em lugares onde a homossexualidade é criminalizada.

---

<sup>78</sup> Os "embaixadores" são usuários voluntários do aplicativo que estão dispostos a orientar outros usuários que estão chegando em sua cidade natal sobre opções de transporte, hospedagem e programas de entretenimento.