



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS (CFCH)  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

RENATO CONTENTE FREIRE DE MENEZES

**A ÉTICA DO DESEJO EMPREENDEDORA: trajetórias afetivo-sexuais e  
tecnossociais de jovens homossexuais do Recife na era digital**

Recife

2024

.Catalogação de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Menezes, Renato Contente Freire de.

A ética do desejo empreendedora: trajetórias afetivo-sexuais e tecnossociais de jovens homossexuais do Recife na era digital / Renato Contente Freire de Menezes. - Recife, 2024.  
332f.: il.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2024.

Orientação: Gustavo Gomes da Costa Santos.

Coorientação: Richard Miskolci Escudeiro.

Inclui referências e anexos.

1. Ética; 2. Desejo; 3. Empreendedorismo; 4. Homossexualidade; 5. Reconhecimento social. I. Santos, Gustavo Gomes da Costa. II. Escudeiro, Richard Miskolci. III. Título.

UFPE-Biblioteca Central

RENATO CONTENTE FREIRE DE MENEZES

**A ÉTICA DO DESEJO EMPREENDEDORA: trajetórias afetivo-sexuais e tecnossociais de jovens homossexuais do Recife na era digital**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Sociologia. Área de concentração: Sociologia.

Orientador: Gustavo Gomes da Costa Santos

Coorientador: Richard Miskolci Escudeiro

Recife, 2024

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1 SUJEITOS DESEJANTES SOB UMA ÉTICA EMPREENDEDORA.....</b>	<b>19</b>
1.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS PARA UMA ÉTICA DO DESEJO EMPREENDEDORA .....	19
1.2 UMA ÉTICA EMBEBIDA EM SOCIABILIDADES NEGATIVAS .....	27
<b>1.3 DESEJOS MEDIATEZADOS SOB UM CAPITALISMO DE PLATAFORMA E     ESCÓPICO .....</b>	<b>34</b>
1.4 A ÉTICA DO DESEJO EMPREENDEDORA .....	42
<b>2 METODOLOGIA .....</b>	<b>59</b>
2.1 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS .....	59
2.2 CONSTRUÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA .....	67
2.3 UM OLHAR SOCIOECONÔMICO SOBRE OS INFORMANTES .....	71
Quadro 1 – Perfil sociodemográfico dos informantes .....	75
<b>3 MEDIATEZADAÇÃO DA ESFERA AFETIVO-SEXUAL E TRAJETÓRIAS TECNOSSOCIAIS DOS INFORMANTES .....</b>	<b>78</b>
3.1 UMA CRONOLOGIA DAS TECNOLOGIAS DE BUSCA DE PARCEIROS AFETIVOS E SEXUAIS .....	78
3.2 TRAJETÓRIAS TECNOSSOCIAIS NAS DÉCADAS DE 1990 E 2000 .....	98
Quadro 2 – Linha do tempo resumida .....	100
<b>3.2.1 Consumo de conteúdo erótico e pornográfico .....</b>	<b>106</b>
<b>3.2.2 Comunicação com outros homossexuais e busca de parceiros .....</b>	<b>110</b>
3.3 UMA SOCIALIZAÇÃO MARCADA PELO PRECONCEITO CONTRA A HOMOSSEXUALIDADE .....	131
3.4 DESCOBERTA DA SEXUALIDADE VIA MÍDIAS DIGITAIS .....	135
<b>4 SOCIABILIDADES DIGITAIS EMPREENDEDORAS .....</b>	<b>147</b>
4.1 UM ECOSISTEMA DE PLATAFORMAS ANCORADO NA DATAFICAÇÃO ..	147
4.2 ROTEIROS CULTURAIS VOLTADOS PARA SEXO .....	151
4.3 USOS DAS PLATAFORMAS E PRÁTICAS DE SOCIABILIDADE EMPREENDEDORAS .....	166
4.4 CONSTRUÇÃO DE PERFIS .....	182
4.5 ADESAO A UMA LINGUAGEM MERCADOLÓGICA .....	193
<b>5 CIRCUITOS DE LAZER HÍBRIDOS .....</b>	<b>203</b>
5.1 FORMAÇÃO DE CIRCUITOS DE LAZER HOMOSSEXUAIS NA CIDADE DO RECIFE .....	203
5.2 CIRCUITOS DE LAZER HÍBRIDOS E AGENCIAMENTO DAS MÍDIAS DIGITAIS .....	224

5.3 RECONFIGURAÇÃO DO CIRCUITO DE LAZER HOMOSSEXUAL TRADICIONAL .....	243
<b>6 EMPREENDEDORISMO SEXUAL, AMOR E FELICIDADE SOB UMA CULTURA PORNIFICADA .....</b>	<b>248</b>
6.1 A INFLUÊNCIA DA PORNOGRAFIA NO REGIME ESCÓPICO DE AÇÃO .....	248
6.2 EMPREENDEDORISMO SEXUAL E PORNIFICAÇÃO DE SI .....	256
6.3 AMOR E FELICIDADE NO CAPITALISMO ESCÓPICO .....	272
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>297</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>308</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>323</b>
ANEXO 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA .....	323
ANEXO 2 – LINHA DO TEMPO INTEGRAL .....	326

Uns anjos tronchos do Vale do Silício  
Desses que vivem no escuro em plena luz  
Disseram 'vai ser virtuoso no vício'  
Das telas dos azuis mais do que azuis  
Agora a minha história é um denso algoritmo  
Que vende venda a vendedores reais  
Neurônios meus ganharam novo outro ritmo  
E mais e mais e mais e mais e mais  
*Anjos tronchos – Caetano Veloso*

## RESUMO

Esta tese investiga o que denominamos uma “ética do desejo empreendedora” e a sua relação com a busca por reconhecimento social de ordem desejante entre jovens homossexuais na era digital. Com o aporte teórico da Teoria Crítica, em especial as contribuições de Eva Illouz, objetivamos compreender como a assimilação dos discursos de empreendedorismo no contexto do neoliberalismo vem impactando a esfera afetiva e sexual a partir do uso intensificado de plataformas digitais, como aplicativos de encontro e redes sociais. Esse fenômeno é investigado por meio de entrevistas em profundidade realizadas com dez jovens homossexuais residentes na cidade do Recife e região metropolitana, considerando suas trajetórias tecnossociais e afetivo-sexuais, bem como aspectos de sociabilidades on-line e offline, atividades de lazer, consumo de pornografia e suas perspectivas sobre o amor e a felicidade. O estudo ainda mapeia a formação dos circuitos de sociabilidade homossexual na cidade do Recife e a constituição dos processos de midiatização associados à prospecção de parceiros sexuais e amorosos entre homossexuais em diferentes momentos históricos. Argumentamos que esses indivíduos são agentes ativos de uma ética do desejo empreendedora na medida em que eles tentam driblar o contexto de relações “negativas” hegemônicas, conforme descrito por Illouz, e elaboram estratégias para a obtenção de sucesso em suas prospecções afetivo-sexuais, como roteiros culturais voltados para sexo, a modulação de personalidades desejáveis e a pornificação de si. Mais do que a conquista de um suposto estado de plenitude afetivo-sexual, ponderamos que os informantes são estimulados no âmbito de uma ética do desejo empreendedora pelo ímpeto contínuo de obter sucesso, de modo a superar o cenário de escassez sexual e afetiva que descreveram em seus relatos. Dessa forma, maximizar o desempenho enquanto empreendedores sexuais e afetivos estaria associado não apenas à ampliação de seu capital sexual e obtenção de um melhor posicionamento no mercado homoerótico masculino, mas, sobretudo, à obtenção de efeitos de reconhecimento social de ordem desejante, seja este viés sexual e/ou afetivo.

**Palavras-chave:** ética; desejo; empreendedorismo; neoliberalismo; homossexualidade; reconhecimento social.

## ABSTRACT

This thesis investigates what we call an 'entrepreneurial ethics of desire' and its relationship to the search for social recognition of the desiring order among homosexuals in the digital age. With the theoretical support of Critical Theory, especially the contributions of Eva Illouz, we aim to understand how the assimilation of entrepreneurial discourses in the context of neoliberalism has impacted the affective and sexual sphere through the intensified use of digital platforms such as dating apps and social networks. This phenomenon is investigated through in-depth interviews with ten young homosexuals living in the city of Recife and its metropolitan region, in Brazilian Northeast, considering their technosocial and affective-sexual trajectories, as well as aspects of online and offline sociability, leisure activities, pornography consumption and their perspectives on love and happiness. The study also maps the formation of homosexual sociability circuits in the city of Recife and the constitution of mediatization processes associated with the prospecting of sexual and romantic partners among homosexuals at different historical moments. We argue that these individuals are active agents of an entrepreneurial ethics of desire insofar as they try to circumvent the context of hegemonic 'negative' relationships, as described by Illouz, and devise strategies for achieving success in their affective-sexual prospectings, such as cultural scripts geared towards sex, the modulation of desirable personalities and the pornification of the self. More than the conquest of a supposed state of affective-sexual fulfilment, we argue that the informants are stimulated in the context of an entrepreneurial ethics of desire by the continuous drive to achieve success, in order to overcome the scenario of sexual and affective scarcity that they described in their accounts. In this way, maximising their performance as sexual and affective entrepreneurs would be associated not only with increasing their sexual capital and obtaining a better position in the male homoerotic market, but above all with obtaining the effects of social recognition of a desiring nature, be it sexual and/or affective.

**Keywords:** ethics; desire; entrepreneurship; neoliberalism; homosexuality; social recognition.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Exemplo de abordagem com informante em potencial.	67
Figura 2 - Seção "Classificados sem caráter" do Lâmpião da Esquina, 1978.	83
Figura 3 - Seção "Troca-troca" do Lâmpião da Esquina, 1980.	84
Figura 4 - Subseção da "Troca-troca" para fins não sexuais, 1980.	86
Figura 5 - Informativo da seção "Troca-troca", 1980.	86
Figura 6 - Anúncio de material erótico por correspondência, 1980.	86
Figura 7 - Seção "Procurados" da G Magazine, 1998.	90
Figura 8 - Seção "Cadê Você", da Billy, 2003.	91
Figura 9 - Bate-Papo UOL, anos 2000.	110
Figura 10 - MSN Messenger, anos 2000.	113
Figura 11 - Orkut, anos 2000.	118
Figura 12 - Facebook, 2010.	123
Figura 13 - Omegle, anos 2010.	125
Figuras 14, 15 e 16 - Maria do Céu e o Divã Cibernético.	211
Figura 17 - Mapa com especialidades mencionadas na tese.	217
Quadro 1 - Perfil sociodemográfico dos informantes.	75-76
Quadro 2 - Linha do tempo resumida.	98

## AGRADECIMENTOS

Uma tese é feita de muitas pessoas e gostaria de mencionar algumas daquelas que fizeram esse trabalho ser possível.

Meu parceiro de vida Awdrey, que viveu os anos de tese e pandemia ao meu lado com amor, paciência e cuidado. Não consigo pensar nessa tese sem o seu apoio.

Minha mãe Regina e minhas avós Amélia e Nazaré, que inventaram a vida.

Márcio, Sabrina, Lays e Paula – apoio, crescimento e amizade fundamentais.

Stephanie, Débora e Rodrigo, “colegas de internato” do PPGS.

Funcionários, professores e demais colegas do PPGS, obrigado por tudo.

Facepe, que disponibilizou a bolsa que tornou esta tese uma realidade concreta.

Maria Eduarda Rocha, o convite à Sociologia mais generoso possível.

Cynthia Hamlin e colegas do Grupo de Estudos em Teoria Social e Subjetividades (GETSS/UFPE), portais de conhecimento generosos e fundamentais para esta tese.

Gustavo Gomes, orientador que confiou na minha ideia desde o início e me apoiou nessa empreitada.

Richard Miskolci, coorientador que, com generosidade, sagacidade e minúcia, contribuiu de maneira excepcional com a construção dessa pesquisa.

Colegas da FGV Comunicação Rio, parceiros de jornada nos anos finais da tese.

Paulo Roberto, João, André, Camila Estephania, Camila Almeida, Camila Souza, Flávia, Vitor, Hugo, Paola, Schneider, Aline, Mariama, Rafael, Samu, Estelita, Luna, Preta, Apolo, Laura, Mari, Letícia, Victor – obrigado.

Os informantes desta tese, pela coragem e generosidade em seus relatos.

Tuco, companheiro fiel, sempre aos meus pés nas horas longas de escrita.

Gal Costa, a voz das horas longas e breves.

Helena, Céu e Lina, o futuro é bom porque tem a força de vocês.

## APRESENTAÇÃO

Mateus<sup>1</sup>, 26 anos, manteve uma relação turbulenta com a sua homossexualidade durante a maior parte de sua vida. Integrante de um núcleo familiar católico fervoroso, oriundo da classe média recifense, ele foi ensinado que seu desejo se tratava de um pecado e uma abominação. Mateus também teve acesso à Internet desde cedo. Aos sete anos, acessava sites de jogos em um computador no escritório do pai. Por volta dos 13 anos, quando já se comunicava com colegas on-line, passou a ter um computador com Internet discada em casa. Mais seguro quanto à privacidade, decidiu seguir uma dica de amigos para entrar em comunidades de pornografia no site de rede social Orkut<sup>2</sup>. Ao invés de buscar por material heterossexual, no entanto, optou por assistir vídeos eróticos entre homens.

Ao identificar seu desejo homoerótico de maneira cada vez mais inteligível, Mateus passou a estabelecer contato on-line com rapazes que se interessavam por outros rapazes. Ele fortaleceu essa percepção acerca de sua sexualidade ao participar de salas de bate-papo sexualmente segmentadas, onde interagia com anônimos distantes através de texto, fotos e *streaming* de webcam. No entanto, as conversas não avançavam para além das plataformas em que eram realizadas. Ele não manteve aqueles contatos, tampouco considerou encontros presenciais com seus interlocutores de então. A esta fase inicial de descobertas, seguiu-se um longo período de autonegação de sua homossexualidade.

Até os 18 anos, ele não havia se relacionado com nenhum outro rapaz. Nessa idade, já com um *smartphone*, descobriu a seara dos aplicativos de encontro com tecnologia de geolocalização<sup>3</sup>. O momento coincidiu com uma

---

<sup>1</sup> Todos os nomes foram alterados para preservar a identidade dos entrevistados.

<sup>2</sup> O Orkut foi o site de rede social mais popular do país durante a maior parte de seu período em atividade, entre 2004 e 2014. Associado ao Google, foi marcado pela popularização de um formato que permitia a elaboração de redes de contatos pessoais, álbuns de imagens e comunidades temáticas. Conforme apontou Santos (2009), que o classifica como uma das primeiras redes sociais utilizadas em massa no país, foi um espaço importante para o desenvolvimento de sociabilidades heterodissidentes nos anos 2000.

<sup>3</sup> Lançamos mão da denominação “aplicativos de encontro” para abranger os aplicativos de geolocalização que têm como intuito conhecer pessoas e encontrá-las pessoalmente, seja explicitamente para fins sexuais ou não. Embora consideremos o termo “aplicativos de pegação” mais adequado para aplicativos homoeróticos masculinos como o Grindr e o Scruff, e

maior aceitação de sua sexualidade, que havia sido interdita por restrições familiares e pelas limitações de um círculo social predominantemente heterossexual. Em decorrência dos aplicativos geossociais, interagir com outros homens gays geograficamente próximos e marcar encontros presenciais com fins afetivo-sexuais passaram a ser componentes de sua rotina.

Mateus se identifica como um homem gay, branco, de classe média, gordo, afeminado e nordestino. Essas características adquiriram maior importância na medida em que ele se integrava às mídias digitais com fins de encontro e “pegação”, onde passou a ser avaliado com frequência por parceiros em potencial. Isso engendrou uma série de questionamentos acerca da percepção que ele havia desenvolvido sobre si mesmo até então. Obter visibilidade e ser desejado nessas plataformas passaram a ser condições importantes para o seu bem-estar, a sua autoestima e, em última instância, a sua felicidade. Em outros termos, os aplicativos haviam se tornado instrumentos para viabilizar a obtenção de reconhecimento social de ordem desejante, isto é, o processo através do qual ele passaria a ser reconhecido como um sujeito desejante<sup>4</sup> por seus pares, seja a partir de um viés sexual, afetivo ou ambos.

Nesse sentido, ser reconhecido como sujeito desejante se tornou um passo decisivo para se ter acesso ao competitivo mercado de desejo homoerótico masculino. Para além disso, ser lido enquanto um indivíduo desejável nos termos desse mercado passou a ser a condição para que Mateus usufrísse de bom trânsito dentro de seus limites. Se a sua condição

---

ainda que outros aplicativos venham a ser utilizados para fins de “pegação” propriamente ditos, esta terminologia não abrangeria um conjunto mais amplo de aplicativos de geolocalização que têm como fim o encontro presencial.

<sup>4</sup> Em um sentido sociológico, entendemos por “sujeito desejante” um sujeito detentor de relativa agência para vivenciar seus desejos afetivo-sexuais de modo a usufruir da capacidade de se sentir desejável e da possibilidade de ser desejado por seus pares. A efetivação da condição de sujeito desejante, por assim dizer, se daria através de um processo de reconhecimento social de ordem desejante, ou um reconhecimento desejante, no termo mobilizado por Richard Miskolci (2017a) em referência ao conceito desenvolvido por Axel Honneth (2003; 2009; 2013). É importante sinalizar que o reconhecimento desejante pode se materializar por uma via sexual e/ou por uma via afetiva. Sua distribuição ocorre de maneira desigual entre os sujeitos de desejo e pode, inclusive, ser negada a eles. Nesta tese, em um sentido distinto de “sujeitos desejantes”, também utilizamos o termo “sujeitos de desejo” empregado por Michel Foucault (1984). Com esta denominação, nos referimos ao caráter de contingência histórica do desejo que entende os indivíduos como relativamente assujeitados e associados a especificidades de seu tempo e sua cultura em relação às formas de desejar vigentes.

de sujeito desejante já havia sido questionada em espaços de sociabilidade offline, a aderência crescente a aplicativos de encontro passou a colocá-la em xeque de maneira mais frequente. Ser rejeitado, ignorado ou bloqueado em investidas afetivo-sexuais se tornou uma experiência recorrente, ao passo em que ele se valia dessas mesmas práticas de sociabilidade em relação aos interlocutores que não o interessavam. Mas essas dificuldades não fizeram com que ele usasse menos essas ferramentas; ao invés disso, o impeliram a tentar utilizá-las “melhor”. Para obter os resultados que ansiava, desenvolveu estratégias de apresentação e sociabilidade específicas para cada plataforma, em uma tentativa de manobrar a relação ambivalente que mantinha com essas tecnologias.

Do circuito de lazer adulto que passou a integrar às primeiras experiências sexuais e amorosas, a vida de Mateus se tornou paulatinamente indissociável do uso de aplicativos de encontro e redes sociais. Dos 18 anos de idade até o momento em que concedeu a entrevista para esta tese, ele conheceu vários rapazes em aplicativos como Grindr e Scruff e teve um *match* do Tinder<sup>5</sup> transformado em uma relação homoafetiva de quatro anos. Nesse ínterim, foi expulso de casa por assumir-se homossexual e desenvolver uma identidade de gênero fora dos padrões heteronormativos – uma forma de se apresentar no mundo que também foi sendo progressivamente consolidada via mídias digitais.

À época do nosso contato, ele se sustentava com um estágio e trabalhos independentes, enquanto se esforçava para concluir um curso universitário de design. Ele também estava solteiro e reservava horas significativas de sua rotina restrita para buscar parceiros em potencial em múltiplas plataformas. Fosse em busca de sexo casual ou de “algo a mais”, como se referia à possibilidade de desenvolver relações amorosas, não raro se alternava simultaneamente entre Grindr, Scruff, Happn e Tinder, além de outras redes

---

<sup>5</sup> Assim como o pioneiro Grindr, lançado em 2009, o Scruff é um aplicativo de encontro de geolocalização voltado para “pegação”, isto é, o encontro sexual deliberado, enquanto o Tinder e o Happn têm fins mais ambíguos. Os sites de rede social e os aplicativos de encontro mencionados neste capítulo serão mais bem contextualizados no capítulo 2.

sociais, como Instagram, Facebook e Twitter<sup>6</sup> (atual X), para otimizar suas prospecções. A investigação de uma conduta ética de viés empreendedor no âmbito afetivo-sexual, negociada por Mateus em suas tentativas de ser reconhecido como sujeito desejante em suas atuações on-line e offline, é o que norteia grande parte desta pesquisa.

Em quase 20 anos de uso sistemático e intensificado de mídias digitais, Mateus desenvolveu práticas desejantes e de sociabilidade associadas às tecnologias de informação e comunicação (TICs). Nesta tese, argumentamos que essas práticas são organizadas, em grande medida, por uma ética do desejo empreendedora – isto é, uma ética de orientação do desejo afetivo-sexual associada a uma lógica neoliberal de produtividade, livre competição e empreendedorismo de si (Ehrenberg, 2010; Dardot e Laval, 2016). Trata-se de uma ética de racionalização metódica da conduta de vida, em termos tomados por empréstimo de Max Weber (2004), que vem sendo estimulada em larga escala pelas dinâmicas de organização do mercado e da vida social vinculadas ao capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017; Van Dijck *et al.*, 2018).

Em meio a processos de mercantilização de diferentes instâncias da vida engendrados pelo neoliberalismo (Bloom, 2017; Dardot e Laval, 2016), esta pesquisa se interessa em compreender as maneiras como a esfera afetivo-sexual<sup>7</sup> vem sendo impactada por uma racionalização de ordem empreendedora/economicista. Para atingir esse objetivo, buscamos refletir sobre as formas como as TICs se incorporaram às trajetórias desejantes<sup>8</sup> de 10

---

<sup>6</sup> A rede social teve o nome alterado de Twitter para X em julho de 2023, após a compra da plataforma pelo empresário sul-africano Elon Musk. Nesta tese, optamos por manter o nome original, mas acompanhado do lembrete da alteração de nome para fins de contextualização.

<sup>7</sup> A escolha por uma esfera afetivo-sexual no escopo desta pesquisa tenta apreender o caráter ambíguo da própria ética do desejo empreendedora, a que também nos referimos como afetivo-sexual. Embora a esfera sexual e a esfera erótica tendam a surgir com preponderância em relação à esfera afetiva, no contexto de um capitalismo de plataforma/escópico, a busca por afetividade no sentido de relações amorosas e/ou duradouras se trata de um componente relevante no horizonte de expectativas dos agentes dessa ética. No entanto, reconhecemos que as esferas sexual, erótica e afetiva, no contexto de busca por parceiros sexuais/amorosos atravessado pelas mídias digitais, estão sob o monopólio atual da esfera sexual compreendida como mercantilizada e tomada por formas do mercado sexual e da pornografia.

<sup>8</sup> O sentido de “trajetórias desejantes” aqui exposto abrange os processos da ordem do desejo afetivo-sexual vivenciados pelos indivíduos ao longo de suas vidas. Inicialmente, pensamos em lançar mão do termo “trajetórias afetivo-sexuais”, mas este possuiria limitações importantes em relação ao sentido proposto nesta pesquisa, uma vez que pareceria se referir a episódios concretos, como o início da vida sexual e a adesão a relacionamentos amorosos, e não a

jovens homens gays na cidade do Recife e Região Metropolitana. A pesquisa se constrói a partir de fontes históricas, sociológicas e, como material empírico original, entrevistas em profundidade com os informantes consultados.

A presente tese de doutorado está organizada em seis capítulos. No **capítulo 1**, investigamos as condições de possibilidade de uma ética do desejo empreendedora na atualidade a partir da apresentação de conceitos caros à pesquisa. À luz de uma perspectiva alinhada a autores inseridos na tradição da Teoria Crítica, discutimos os processos de subjetivação do capitalismo contemporâneo que se associam a um *ethos* afetivo-sexual empreendedor<sup>9</sup>. Haja vista a ação ética que se desdobra no contexto de interseção entre o capitalismo escópico (Illouz, 2019) e o capitalismo de plataforma (Van Dijck *et al.*, 2018), buscamos sinalizar os principais alicerces dos processos desejantes vigentes que se associam intimamente a um empreendedorismo afetivo-sexual.

No **capítulo 2**, detalhamos a metodologia de pesquisa e a ida a campo. Serão abordadas a definição do objeto de investigação e a delimitação do problema de pesquisa, bem como a construção do campo empírico. Serão apresentados os métodos empregados para a comunicação com os informantes em potencial e as dinâmicas decorrentes dessas negociações. Em sequência, serão apresentadas informações referentes ao recorte sociodemográfico dos informantes e à construção do roteiro de entrevistas.

A partir do capítulo seguinte, nos propomos a investigar como a ética do desejo empreendedora se apresenta nas vidas dos informantes a partir de cinco componentes relacionados ao seu status de sujeito desejante: as trajetórias tecnossociais (**capítulo 3**), as sociabilidades on-line (**capítulo 4**), as atividades de lazer presenciais (**capítulo 5**), o consumo de pornografia e as ideias compartilhadas pelos informantes acerca do amor e da felicidade (**capítulo 6**).

---

processos desejantes mais abrangentes que nos interessam, como o início da percepção do desejo sexual e/ou amoroso que viria a delimitar a identidade sexual e/ou afetiva dos indivíduos.  
<sup>9</sup> A definição de *ethos* a de que aderimos é proveniente da ideia de *ethos* empreendedor associado à ética protestante (Weber, 2004), sendo referente, portanto, à manifestação, materialização e exteriorização nos indivíduos dos regulamentos metodológicos que caracterizam uma determinada ética. Em outras palavras, o *ethos* pode ser lido como a incorporação do tipo ideal associada a uma ética em específico.

O **capítulo 3** se volta para as trajetórias tecnossociais dos informantes e o entrelaçamento com as suas trajetórias desejantes. O recorte se propõe a elucidar o impacto das tecnologias de informação e comunicação sobre a constituição desses indivíduos enquanto sujeitos homossexuais. O foco se dá nos relatos autobiográficos dos informantes, tendo em vista os aspectos que modularam suas trajetórias em meio às tecnologias comunicacionais a que eles tiveram acesso ao longo de seu desenvolvimento. Além disso, contextualizamos a progressiva mídiatização da esfera afetivo-sexual, apresentando uma breve cronologia das ondas de mídiatização e os usos das tecnologias vigentes em cada período histórico para se buscar parceiros afetivos e sexuais do mesmo sexo.

O **capítulo 4** investiga as práticas associadas a uma ética do desejo empreendedora no escopo das sociabilidades digitais. Nesse sentido, analisamos os diferentes usos de mídias digitais para fins afetivo-sexuais relatados pelos informantes, assim como a articulação entre diferentes plataformas, os roteiros culturais voltados para sexo e as estratégias de autoapresentação eleitas por eles nesses espaços. Materializadas em um ecossistema de plataformas distintas, essas práticas respondem a uma ética empreendedora que tem como fim a otimização das prospecções sexuais e/ou amorosas de seus agentes, que são orientados pela ideia de maximização de seu desempenho.

No **capítulo 5**, discutimos o papel da ética do desejo empreendedora na formação de um circuito de lazer adulto que abrange tanto atividades on-line quanto presenciais. Observamos como as mídias digitais tendem a agenciar o lócus das sociabilidades homoeróticas em direção a um circuito híbrido, em termos de vivências on-line/offline. Será abordado o impacto das mídias digitais sobre os espaços de sociabilidade presenciais historicamente destinados a pessoas não heterossexuais (boates, bares segmentados, “cinemões”, saunas etc.) e as derivas sexuais urbanas nas quais esses indivíduos se engajam. Cabe aqui analisar a integração dos informantes a esse circuito de lazer adulto a partir de sua relação de negociação constante quanto aos aspectos de marginalização e criminalização que historicamente caracterizaram as relações

homossexuais, sobretudo no espaço público, e que as mídias digitais supostamente amenizariam.

Em sequência, no **capítulo 6**, exploramos aspectos relacionados às motivações dos informantes enquanto agentes ativos de uma ética do desejo empreendedora, nos detendo em seus âmbitos sexual e afetivo mais definidos. Em um primeiro momento, discutimos como a ética do desejo empreendedora se associa ao consumo e produção de pornografia dos informantes. Buscamos analisar como a lógica empreendedora aplicada à prospecção sexual em aplicativos de encontro e outras mídias digitais tende a potencializar uma “pornificação” de si. Nesse sentido, levamos em consideração as idealizações sexuais associadas a masculinidades modelares e o papel das referências pornográficas no que diz respeito aos usos das mídias digitais, à busca de parceiros e a formas de autoapresentação. Investigamos ainda a produção e a circulação de conteúdo erótico próprio como uma forma de busca por reconhecimento desejante e integração ao mercado de desejo homoerótico masculino. Em um segundo momento, abordamos as perspectivas sobre o amor e a felicidade dos informantes, investigando de que forma elas se relacionam com as suas trajetórias desejantes e tecnossociais, bem como a suas experiências de (não) integração ao mercado de desejo homoerótico masculino.

Enquanto pesquisador homossexual, nordestino e nascido em 1990, tendo, portanto, minhas trajetórias tecnossocial e afetivo-sexual impactadas pelas tecnologias digitais de maneira semelhante aos informantes, compartilho de traços e vivências com estes. Ao longo do processo de pesquisa, isso me levou a constantemente refletir sobre o impacto da minha presença e das minhas experiências nas interpretações que construí. Minha própria trajetória de descoberta e negociação da sexualidade em um ambiente digital reflete as narrativas de muitos dos entrevistados desta tese, que também transitaram por plataformas digitais enquanto se engajavam em dinâmicas afetivo-sexuais e buscavam reconhecimento social de ordem desejante.

Ao longo da pesquisa, enfrentei dilemas internos quanto à identificação com as práticas e estratégias dos informantes na construção de uma ética do desejo empreendedora. Observando como eles (e eu, por vezes) tentamos

maximizar a “produtividade” em termos das relações afetivo-sexuais, percebi que, mesmo nos momentos de autoexploração e vulnerabilidade, somos impactados por um modelo neoliberal que valoriza o alto desempenho e o sucesso compulsório. Ser próximo a esses processos permite que eu compreenda a complexidade e a ambivalência da ética que analisamos nesta pesquisa, mas, ao mesmo tempo, me desafia a adotar uma perspectiva analítica que vá além da simples identificação e crítica, buscando uma compreensão sociológica densa do fenômeno observado.

Nesse processo, o meu papel de pesquisador se torna, então, uma espécie de espelho — não apenas para mim, mas também para os informantes, que, ao relatarem suas experiências, as confiam a um pesquisador que partilha de parte de suas dores, vulnerabilidades e dilemas. Essa troca, no entanto, exigiu um distanciamento crítico considerável, no qual precisei examinar e questionar minha própria posição recorrentemente, de modo que a pesquisa permanecesse um espaço de análise e reflexão, coeso e confiável, em termos éticos e metodológicos. Dessa forma, meu papel ultrapassa o de mero observador e intérprete: sou também alguém que revisita e ressignifica aspectos da minha própria trajetória, explorando as implicações de uma ética empreendedora do desejo não apenas nos sujeitos estudados, mas em minha construção enquanto indivíduo, sujeito desejante e pesquisador.

A relevância desta pesquisa para o campo da Sociologia Digital reside, primeiramente, na necessidade de compreender como as dinâmicas das plataformas digitais afetam as práticas afetivo-sexuais e identitárias dos indivíduos, especialmente aqueles pertencentes a minorias sexuais historicamente marginalizadas. As redes sociais e os aplicativos de encontro, mais do que ferramentas de conexão, configuram-se como espaços de construção de subjetividades e negociação do desejo. Este estudo se propõe a investigar como as tecnologias de comunicação contribuem para promover uma ética empreendedora do desejo, em que os indivíduos adotam estratégias e práticas de autoapresentação tendo em vista a otimização de seu desempenho e reconhecimento enquanto sujeitos desejantes. Dessa forma, ao investigar essas práticas, a pesquisa amplia a compreensão de como as lógicas de mercado influenciam os relacionamentos humanos e a construção de

identidade nas esferas digitais, oferecendo contribuições para o entendimento da complexa relação entre tecnologia, subjetividade e relações sociais no ambiente digital.

Por fim, esta pesquisa buscou apresentar uma base para pensar criticamente o impacto do capitalismo de plataforma e escópico sobre a vida afetiva e sexual dos indivíduos, estimulando um debate sobre os efeitos de uma ética empreendedora no contexto das relações digitais. As conclusões desta investigação contribuem para o campo na medida em que questionam até que ponto as tecnologias impactam o comportamento e as aspirações dos usuários de mídias digitais, consolidando novas práticas e tendências que estão ligadas à lógica neoliberal vigente.

# 1 SUJEITOS DESEJANTES SOB UMA ÉTICA EMPREENDEDORA

Neste capítulo, buscamos investigar as condições de possibilidade de uma ética do desejo empreendedora na atualidade a partir da apresentação de conceitos caros à pesquisa. À luz de uma perspectiva alinhada a autores inseridos na tradição da Teria Crítica, discutimos os processos de subjetivação do capitalismo contemporâneo que se associam a um ethos afetivo-sexual empreendedor. Haja vista a ação ética que se desdobra no contexto de interseção entre o capitalismo escópico (Illouz, 2019) e o capitalismo de plataforma (Van Dijck *et al.*, 2018), buscamos sinalizar os principais alicerces dos processos desejantes vigentes que se associam a um empreendedorismo afetivo-sexual.

## 1.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS PARA UMA ÉTICA DO DESEJO EMPREENDEDORA

Sob uma realidade mediatizada<sup>10</sup>, no termo mobilizado por Couldry e Hepp (2020), nos perguntamos: como o capitalismo contemporâneo produz subjetividades e práticas desejantes a partir das sociabilidades atuais? E quais especificidades expressam os indivíduos que, ao se apropriarem dessas práticas de sociabilidade, se constituem enquanto sujeitos desejantes diferenciados? Buscamos apontamentos para essas questões ao nos voltarmos para as maneiras como as práticas de sociabilidade, lazer e trabalho<sup>11</sup> contemporâneas vêm contribuindo para que indivíduos

---

<sup>10</sup> A ser aprofundado adiante, o conceito de mediação estabelecido por Couldry e Hepp (2020) diz respeito à visão de que os elementos fundamentais da vida social vêm se tornando gradualmente indissociáveis das mídias, o que acarreta um reenquadramento social substancial a partir das dinâmicas acionadas por estas. Conforme pontuou Miskolci (2023, p. 18), o termo não se refere à mediação comunicativa estrita, mas sim às formas como a sociedade se torna cada vez mais dependente das mídias e suas lógicas.

<sup>11</sup> É importante sinalizar que a ética empreendedora tem sido a retórica hegemônica do mercado de trabalho no contexto neoliberal, conforme argumenta Colbari (2017). Tendo colonizado as outras esferas da vida, a ampla circulação dessa ética contribuiu para naturalizar um ethos empreendedor em diferentes mercados, inclusive o afetivo e/ou sexual. Sob essa perspectiva, as relações buscadas ou desejadas no âmbito desses mercados tendem a seguir lógicas de cálculo, acúmulo, lucro e custo-benefício caras ao mercado econômico e/ou financeiro. Se elementos de ordem economicista e mercadológica se tornaram parte integrante de trajetórias de formação e trabalho, estes também se integraram às trajetórias desejantes. Embora pareça haver uma proeminência de um mercado sexual em detrimento de um amoroso propriamente dito, ambos tendem a ser pensados e vivenciados através de uma lógica mercantil.

homossexuais, desenvolvidos ao largo de transformações tecnossociais de grande envergadura, se engajem a uma ética do desejo empreendedora, isto é, uma ética mercadológica do desejo afetivo-sexual.

São questões que buscamos elucidar através de autores e questionamentos caros à Teoria Crítica e/ou que contribuíram para fundamentar este vasto campo teórico, que abrange, em termos referenciais, cânones como Karl Marx, Georg Hegel, Max Weber e representantes da Escola de Frankfurt, especialmente Theodor W. Adorno e Max Horkheimer – aos quais o termo é mais comumente, e mesmo formalmente, associado. A rigor, trata-se de uma tradição teórica que se baseia na premissa da emancipação humana em circunstâncias de dominação e opressão – uma proposta epistemológica que demanda uma interrelação consistente entre a filosofia e as ciências sociais através do desenvolvimento de uma pesquisa social empírica interdisciplinar (Bohman, 2021).

Nesta tese, exploramos as contribuições de Max Weber em relação à compreensão da influência da economia no mundo emocional e cognitivo dos indivíduos. Somamos a essa leitura as perspectivas de autoras e autores contemporâneos que se vinculam à Teoria Crítica, como Eva Illouz (2007; 2011; 2012; 2016; 2019; 2022), Axel Honneth (2003; 2009; 2013) e Nancy Fraser (2007). Essas autoras e autores desenvolveram ideias fundamentais para a problemática aqui investigada, desde o capitalismo escópico<sup>12</sup>, a noção de relações negativas e os paradoxos da liberdade, no caso de Illouz, ao reconhecimento social conforme trabalhado por Honneth (2003; 2009; 2013) e Fraser (2007), dadas as devidas diferenças entre as abordagens propostas por cada um (Panigassi, 2021).

---

<sup>12</sup> Como detalhamos adiante, Illouz (2019) define o capitalismo escópico (visual) como sendo um capitalismo que cria um valor econômico por meio da espetacularização dos corpos e da sexualidade, transformando o corpo em imagens que circulam em diferentes mercados. Na perspectiva da autora, “a visualidade transforma o corpo em um local de consumo, moldado por objetos de consumo; ele é convertido em um ativo na esfera produtiva do trabalho como uma imagem a ser vendida em várias indústrias visuais; ele coloca a sexualidade como uma forma de competência que exige o consumo de conselhos de especialistas; ele pode circular nas tecnologias de mídia por meio de uma economia de reputação; e, por fim, ele pode proporcionar aos atores uma posição elevada no campo sexual” (Illouz, 2019, pp. 134-135, tradução nossa).

Em termos epistemológicos, este trabalho encontra eco nos questionamentos weberianos que orientaram parte importante das pesquisas desenvolvidas por Illouz, em termos de uma análise da interação entre a estrutura social, as práticas culturais e a ecologia midiática. Conforme a autora elencou em entrevista a Richard Miskolci, em 2016, as seguintes questões, que contribuíram diretamente para as reflexões aqui apresentadas, são pontos focais de sua obra: “Como é o mundo cognitivo e emocional das pessoas? Como ele é diferente do mundo anterior? Como ele se tornou racionalizado? Qual é a influência da economia e da ciência na esfera emocional? [...] Como a era moderna – na forma do capitalismo, indústrias culturais e tecnologias midiáticas – transforma o conteúdo e a natureza do *self*?” (Illouz, 2016, p. 301).

Ao nos referirmos aos processos de racionalização dos âmbitos sexual e emocional, uma escolha de nomeação merece ser justificada. Embora nos referamos com frequência ao termo “afetivo-sexual” para definir a ética do desejo empreendedora que investigamos, é importante sinalizar que, no escopo de uma ética do desejo empreendedora, os anseios sexuais e afetivos dos indivíduos não costumam ser bem delimitados e tendem a se confundir, inclusive nos relatos e percepções dos próprios informantes a que tivemos acesso. De fato, parece existir uma preponderância de anseios sexuais que é realçada pelas especificidades do capitalismo escópico que vivenciamos, o que invariavelmente se expressa no vasto consumo de conteúdo erótico e/ou pornográfico, nas mídias digitais voltadas para encontros e nas práticas de subjetivação a que os usuários destas aderem para se integrar ao mercado de desejo homoerótico masculino.

Embora uma ética sexual empreendedora se apresente como ponto focal no âmbito de tecnologias voltadas para encontros sexuais, transformando inclusive anseios afetivos ou de outra ordem em sexuais-mercadológicos, o componente ligado às prospecções amorosas, que aqui chamamos de afetivo, não deixa de aparecer com algum relevo nos depoimentos coletados. Essa percepção nos levar a compreender a ética do desejo empreendedora como sendo majoritariamente sexual, mas também atravessada por expectativas e objetivos ligados ao amor romântico (frequentemente frustrados) ou a relações em que o afeto e a atenção compõem o encontro sexual em alguma medida

(“casual não quer dizer impessoal”, como assevera a máxima observada em perfis do Grindr que clamam por uma alternativa ao sexo casual que contenha algum nível de envolvimento emocional).

Por essa razão, decidimos designar a ética do desejo empreendedora analisada nesta tese como uma ética do desejo afetivo-sexual. Essa ética, por sua vez, é associada a uma série de expectativas ligadas à promessa de uma suposta plenitude afetivo-sexual, que poderia vir a ser alcançada mediante à obediência irrestrita aos preceitos por ela prescritos. Tendo isso em perspectiva, interessa-nos identificar como os processos de mediação contribuíram para a constituição dos indivíduos enquanto sujeitos de desejo associados a uma gramática afetivo-sexual que se associa a diretrizes do neoliberalismo.

Para definir o sentido de neoliberalismo aqui empregado, mobilizamos descrições complementares desse fenômeno. Uma delas diz respeito à “adesão a formas mercadológicas de agir e subjetivar, em especial o empreendedorismo de si, que transforma a ‘identidade’ ou a ‘experiência’ dos sujeitos em plataformas de competição” (Miskolci, 2021, p. 46). Tendo em vista os processos de subjetivação engendrados por essas formas mercadológicas de estar no mundo, recorreremos ainda à descrição do neoliberalismo como “uma forma de vida nos campos do trabalho, da linguagem e do desejo” que dispõe de capacidade de produção e gestão de sofrimento psíquico (Safatle *et al.*, 2021, p. 10), com impacto expressivo sobre o âmbito emocional dos indivíduos.

Para além de uma teoria sobre o funcionamento da economia estrita, conforme desenvolvida entre 1930 e 1970 por Von Mises, Hayek, Friedman e Becker, Safatle (2021, p. 11) propõe pensar o neoliberalismo como uma forma de vida definida por uma estratégia específica de intervenção com relação ao estatuto social do sofrimento, que aqui entendemos como o próprio empreendedorismo. Pensando no problema apresentado por esta tese, observamos que, diante da distribuição desigual de capitais caros ao mercado sexual e amoroso (seja sexual, físico, emocional ou financeiro, por exemplo), os sujeitos que vivenciam um sentimento de inadequação nesses mercados tendem a partilhar um sofrimento social para o qual estratégias de adequação e, portanto, uma espécie de gestão do sofrimento psíquico através do

empreendedorismo são acionadas como forma de mitigar seus efeitos indesejáveis.

A forma de vida modulada pelo neoliberalismo que Safatle (2021) critica compreende uma articulação entre moral e psicologia, economia e direito, política e educação, religião e teologia política. O autor argumenta que essa forma de vida propõe um tipo de individualização baseado no modelo de empresa que classifica a vida como algo que deve ser apreendido, dirigido e avaliado de forma empreendedora.

[A força do neoliberalismo] não atua meramente como coerção comportamental, ao modo de uma disciplina que regula ideais, identificações e visões de mundo. Ela molda nossos desejos e, nesse sentido, a performatividade neoliberal tem igualmente efeitos ontológicos na determinação e produção do sofrimento. Ela recodifica identidades, valores e modos de vida por meio dos quais os sujeitos realmente modificam a si próprios, e não apenas o que eles representam de si próprios. Se admitimos que uma forma de vida tende a manter sua unidade extraindo produtividade de suas contradições, determinadas e indeterminadas, de acordo com estratégias provenientes do trabalho e do mercado, do desejo e da linguagem, poderemos localizar os efeitos estruturais da dimensão performativa da gestão neoliberal do sofrimento. (Safatle, 2021, p. 11)

A perspectiva de Safatle (2021) encontra eco na visão de Foucault (2008) sobre qual seria o tipo ideal do neoliberalismo, apresentada em um curso do Collège de France, em 1979, sobre a razão de Estado desde o século XVII até o século XX. Pioneiro na discussão sobre o estado neoliberal, Foucault (2008, p. 310) argumenta que o homo oeconomicus, uma figura clássica da economia política no escopo do liberalismo clássico, incorporou características distintas no novo cenário político: de parceiro da troca no mercado, motivado por suas necessidades, tornou-se um empresário de si mesmo, “sendo ele próprio seu capital, sendo para si mesmo seu produtor, sendo para si mesmo a fonte de [sua] renda” (Foucault, 2008, p. 311). Foucault (2008) defende que o indivíduo do consumo, isto é, o homo oeconomicus neoliberal, na medida em que consome, também é um produtor, mas da satisfação de seus desejos. Sob esse aspecto, sua grade de inteligibilidade seria fundamentada pela extensão da racionalidade econômica às demais instâncias da vida humana (Foucault, 2008, p. 366).

Em consonância com Foucault (2008), as noções de neoliberalismo que tomamos como referência consistem em expressões contemporâneas de um amplo sistema político e econômico, que estende lógicas de individualismo, instrumentalismo e empreendedorismo de si a diferentes instâncias da vida humana. No entanto, diferentemente de Foucault (2008), que se ateve mais à agenda programática do neoliberalismo do que propriamente a suas implementações efetivas em larga escala – o que, até a morte do autor, em 1984, não havia ocorrido de maneira ampla –, Connell (2005, p. 254) reflete sobre aspectos práticos do neoliberalismo que tomaram corpo na passagem da década de 1980 para 1990. Nesse sentido, a reforma organizacional e a implementação da agenda do mercado neoliberal nas políticas públicas produziram um ambiente no qual a cultura do individualismo e a celebração do indivíduo empreendedor passaram a constituir peças incontornáveis da cultura política ocidental.

A nível nacional, os processos de integração do país a uma economia global passaram a obter particular ressonância durante a década de 1990, embora medidas neoliberais tenham sido implementadas no país desde o período final da ditadura militar, na década de 1980. Posto isto, o projeto neoliberal como elemento condutor da ação governamental em todas as suas esferas teve como marco o governo do ex-presidente Fernando Collor de Melo, entre 1990 e 1992 (Maciel, 2011). Esse projeto foi significativamente acentuado nos governos de seu sucessor, Fernando Henrique Cardoso (Castells, 2011 [1996], p. 185), que foram marcados por uma gestão econômica compreendida por Sallum (1999, p. 44) como um “fundamentalismo neoliberal”<sup>13</sup>.

Para Connell (2005, p. 256), a noção de gestão empreendedora da vida é indissociável da configuração neoliberal do capitalismo contemporâneo, relacionada ao ressurgimento do capital financeiro, à desregulamentação dos mercados e ao crescimento dos mercados globais, das comunicações globais e das empresas transnacionais. Em termos de impacto social, a articulação entre

---

<sup>13</sup> Houve um processo de abertura de mercado desde o governo de Fernando Collor de Mello (1990-1992) até o governo de Fernando Henrique Cardoso (1994-2020). Esse espectro abrange, entre outros componentes, processos de privatização de estatais, criação de agências reguladoras para garantir menor interferência pública nos mercados, priorização do ensino superior privado e corte nos investimentos nos serviços e na contratação de funcionários públicos.

esses elementos estimulou a redução gradual do Estado na vida dos indivíduos em diversos níveis, especialmente no papel de regulador e provedor de serviços básicos para o bem-estar social, como educação, saúde e segurança.

Como Connell (2005) observa, as arenas globais constitutivas do neoliberalismo moderno desempenharam um papel central nas construções de masculinidade e, como consequência, em novos padrões de hegemonia nas relações de gênero. Com a consolidação de uma estrutura que impacta diretamente o bem-estar social, o neoliberalismo tendeu a degradar a posição econômica e social dos homens que assumiam o papel de provedores do lar. Os critérios para se desempenhar o papel de empresário/empreendedor passaram a modular a noção de uma masculinidade “bem-sucedida”. A não aderência a esses critérios, no entanto, não está relacionada à suposta falta de vontade dos indivíduos de empreenderem, mas à própria conjuntura política e econômica que torna as estruturas sociais previamente conhecidas um campo de areia movediça. Marcado pelo desemprego e pela disponibilidade restrita de subempregos, esse processo teria engendrado uma ampla crise social que estaria diretamente relacionada ao aumento da violência doméstica e ao adoecimento psicossocial generalizado<sup>14</sup> (Martins *et al.*, 2021).

No contexto de formação de masculinidades empreendedoras observado por Connell (2005), sem deixar de ter em vista as especificidades que constituem o imaginário social acerca do “macho nordestino” (Albuquerque Junior, 2013), nos interessa também observar se o componente sexual tende a ser preponderante em relação ao afetivo<sup>15</sup> nos processos de subjetivação dos

---

<sup>14</sup> Conforme descrito por Lerner (2000, pp. 6-7), novos paradigmas nas relações de produção e na globalização dos sistemas financeiros estão pressionando os governos a abandonar seu compromisso com o estado de bem-estar social. Ao invés de elaborar políticas que visem garantir o pleno emprego dentro do contexto neoliberal e um sistema inclusivo de bem-estar social, os governos agora direcionam seus esforços para impulsionar a eficiência econômica e a competitividade internacional. Isso tem acarretado no “recuo” das intervenções do estado no âmbito do bem-estar social, ao mesmo tempo em que se observa uma nova ênfase na oferta de bens e serviços anteriormente considerados “públicos”, por parte do mercado.

<sup>15</sup> Por afetivo, entendemos o desejo do indivíduo de se engajar em relações amorosas e comprometimentos duradouros. Mais do que esses modelos de relacionamento em si, nos atemos às expectativas em torno da ideia de vivenciá-los e aos obstáculos que se impõem à realização desse desejo expresso por parte dos informantes. Diferentemente dos informantes ouvidos por Miskolci (2016; 2017a) em São Francisco, nos Estados Unidos, que tendiam a priorizar relações casuais e sem compromisso por razões materiais/econômicas, argumentamos que, no caso dos nossos informantes, o fato de desejarem se engajar em relacionamentos amorosos estaria mais associado à busca por reconhecimento social de ordem desejante, especialmente aquele de ordem afetiva. Isto é, considerando que este

indivíduos entrevistados. Os aplicativos de encontro constituem uma parte significativa, mas não única, de um circuito de lazer adulto híbrido, movido por atrações on-line e offline. Tendo isso em vista, buscamos apontamentos para essa questão a partir da relação estabelecida entre os indivíduos entrevistados, os seus repertórios midiáticos<sup>16</sup> – especialmente em termos de consumo de pornografia – e as opções de lazer presenciais a que eles aderem, como saunas, “cinemões” e espaços públicos de “pegação”.

É importante ter em mente as acepções de masculinidades de que tratamos nesta pesquisa, considerando que os informantes aqui observados são homens atravessados por diversas especificidades que dialogam com a lente interseccional proposta no âmbito das análises que seguirão. Dessa forma, a ideia de masculinidades múltiplas ou plurais mencionada por Barreto (2016) se adequa à investigação conduzida no âmbito desta pesquisa. Para além das masculinidades empreendedoras e neoliberais aventadas por Connell (2005), os informantes estão situados em masculinidades latino-americanas (Vigoya, 2018; Segato, 2022), brasileiras e nordestinas (Albuquerque Junior, 2013), cujas construções complexas ainda levam em consideração o peso de diferentes marcadores sociais do desejo no âmbito da formação dessas masculinidades, como o fato de serem gordos, magros, fortes, negros, brancos, indígenas, afeminados<sup>17</sup>, transgêneros, (hiper)viris, urbanos, rurais, pobres, abastados, de classe média, moradores de áreas nobres, suburbanas ou periféricas.

A articulação dessas diversas masculinidades revela como a construção de identidades é um processo que incorpora tanto as normas de gênero hegemônicas quanto as especificidades regionais e culturais. No caso dos informantes, essas masculinidades convivem com tensões e ambivalências: de um lado, há a pressão para alcançar um ideal de virilidade e autossuficiência

---

processo de reconhecimento se dá através de dois componentes distintos e relativamente autônomos (sexual e afetivo), a distribuição destes não ocorre de maneira igualitária entre os sujeitos, cujos marcadores sociais do desejo tendem a influenciar diretamente nessa distribuição.

<sup>16</sup> Na definição de Couldry e Hepp (2020, p. 78), repertórios midiáticos consistem na soma das mídias que um indivíduo usa e na relação significativa dessas mídias em sua prática diária.

<sup>17</sup> Albuquerque (2023) promove um debate rico sobre masculinidades bichas no caso de homens que performam masculinidades não hegemônicas, em especial as masculinidades caracterizadas por traços que remetem a características consideradas femininas.

vinculado à masculinidade empreendedora; de outro, a prática cotidiana e as escolhas de lazer mostram uma busca por reconhecimento e validação, que atravessa o campo do afeto e do desejo. Essa dualidade é especialmente evidente quando observamos o uso de aplicativos de encontros, onde a interação entre o afetivo e o sexual reflete as expectativas sociais e as negociações individuais que caracterizam o contexto nordestino urbano.

Além disso, é fundamental considerar como as masculinidades são também moldadas pela mediação digital e pelos ambientes de lazer offline. O consumo de pornografia, por exemplo, não apenas influencia os ideais de desempenho e aparência masculina, mas também reforça certos estereótipos e fantasias sobre o papel do homem em contextos íntimos. Ao mesmo tempo, o acesso a espaços como saunas e “cinemões” cria cenários híbridos onde o público e o privado se encontram, proporcionando aos entrevistados oportunidades para negociar e afirmar suas identidades. Essas práticas coletivas, dentro e fora do ambiente digital, são essenciais para compreender como a masculinidade é vivida, tensionada e renegociada em espaços onde o desejo, o afeto e as normas sociais se sobrepõem.

## 1.2 UMA ÉTICA EMBEBIDA EM SOCIABILIDADES NEGATIVAS

Nos perguntamos se o engajamento a uma ética do desejo empreendedora corrobora com um modelo de masculinidade que aproxima o sujeito de desejo contemporâneo de um empreendedor sexual. Em uma observação antecipada, aventamos que esses indivíduos tendem a se manter em constante negociação quanto aos seus próprios objetivos com o uso das mídias digitais – entre fins sexuais, amorosos, mistos ou alternativos. No entanto, se uma ética do desejo empreendedora impele o sujeito a ser bem-sucedido na prospecção de parceiros, as buscas sexuais tendem a interessar mais do que as amorosas, uma vez que não exigem vínculos sociais fortes e podem ser acessadas de maneira imediata e facilitada, em consonância com as prerrogativas dessa mesma ética.

Buscamos investigar esse ponto a partir da noção de relações negativas<sup>18</sup> ou não-amor (“unloving”), como Eva Illouz (2019, p. 20) se refere às relações marcadas por vínculos sociais frágeis na atualidade. Sem aderir a uma acepção moral do termo, a autora define como negativas as relações desprovidas de roteiros e normas sociais consistentes, cujos vínculos são facilmente desfeitos. Por essa razão, as relações negativas engendram nos sujeitos de desejo incertezas de ordem emocional e ontológica que tornam nebulosas as fronteiras das relações em que eles se inserem. Para a autora, essas relações elucidam as maneiras como a interseção entre capitalismo, sexualidade, relações de gênero e tecnologia produz uma nova forma de (não) sociabilidade:

O não-amor é o sinal de uma nova forma de subjetividade na qual a escolha é exercida tanto positiva (querer, desejar algo) quanto negativamente (definir-se por um constante evitar ou rejeitar relacionamentos, ser confuso ou ambivalente demais para desejar, querer acumular tantas experiências que a escolha perde sua relevância emocional e cognitiva, encerrando e desfazendo relacionamentos em série como uma forma de afirmar o eu e sua autonomia). O não-amor, portanto, é ao mesmo tempo uma forma de subjetividade – quem somos e como nos comportamos – e um processo social que reflete o profundo impacto do capitalismo nos relacionamentos sociais. (Illouz, 2019, pp. 28-29, tradução nossa)

Entre as práticas afetivo-sexuais que podem ser lidas sob esse prisma, estão o sexo casual, a “pegação” (*hookup*<sup>19</sup>) e o *ghosting*<sup>20</sup> (vácuo), componentes comuns ao repertório de sociabilidades homoeróticas em mídias digitais. Esses exemplos estão associados a uma ideia de liberdade de escolha

---

<sup>18</sup> É relevante assinalar que os termos “negativo” e “positivo” mobilizados por Illouz (2019) e a partir dos quais nos referimos às relações aqui investigadas estão ligados à Dialética Negativa da Teoria Crítica, escopo epistemológico ao qual a autora se filia, não constituindo, portanto, acepções de “ruim” ou “bom” associadas aos sentidos comuns dessas palavras. Em obras de Theodor Adorno (2009 [1966]) e Herbert Marcuse (1972), por exemplo, a ideia de negativo se trata de uma ferramenta para revelar e desnaturalizar as forças de dominação, evidenciando as tensões e os conflitos que existem sob a aparente estabilidade social.

<sup>19</sup> O *hookup* é uma modalidade de sexo casual que denota uma impessoalidade e um sentimento de urgência mais marcados. Como define Miskolci (2017a), trata-se de termo surgido no contexto universitário heterossexual estadunidense, que se refere a encontros sexuais e sem compromisso, frequentemente rápidos e efêmeros. Geralmente, se baseia na escolha de parceiros por critérios como aparência física e similaridade sociocultural. Aplicativos de encontro homoeróticos como o Grindr, o Scruff e o Hornet são conhecidos como aplicativos de “pegação” (*hookup apps*) por terem como principal atributo a oferta desse tipo de prática.

<sup>20</sup> Na definição de Sousa (2023), o *ghosting* é descrito como: “um fenômeno crescente, motivado pela diversificação de plataformas digitais e pela facilidade com o que o mesmo acontece. O *ghosting* pode ser definido como uma estratégia, comportamento ou fenômeno pessoal que tem como intuito primordial não só o de pôr um fim súbito a um relacionamento (e.g., romântico, amoroso, de amizade, sexual, de trabalho), como também à comunicação interpessoal existente sem dar qualquer explicação aos seus/uas parceiros/as”.

individual que destaca as possibilidades de agência afetivo-sexual conquistadas a partir de demandas mais amplamente acionadas após a Revolução Sexual<sup>21</sup> dos anos 1960. De maneira ambivalente, esse ideal moral de liberdade obstrui a percepção de que essas conquistas foram absorvidas pelos valores do mercado capitalista, da cultura de consumo e da tecnologia (Illouz, 2019, p. 23). Isso nos leva a considerar que a “garantia” de autonomia pressuposta na ideia de escolha individual está no cerne de uma ética do desejo empreendedora, que é agenciada, por sua vez, por uma noção de liberdade enquadrada nesses valores.

Na visão de Illouz (2019), a liberdade sexual e a liberdade emocional deixaram em aberto a definição dos termos concretos de uma relação. O que impera na formação das relações sexuais ou românticas compreendidas por Illouz como negativas não é a lógica contratual comum a relações ditas positivas (entre as quais o casamento, o “amor romântico” e a amizade), mas uma incerteza generalizada, crônica e estrutural. No entanto, a autora defende que as liberdades mencionadas, ao invés de se espelharem mutuamente, seguem percursos institucionais e sociológicos distintos. Sob a sua perspectiva, na atualidade, a liberdade sexual produz um efeito de maior inteligibilidade em relação à liberdade emocional, em termos de oferecer um plano de ação para os sujeitos desejan-tes, embora ambas careçam de formas sociais mais estáveis:

[...] A liberdade sexual hoje em dia é um domínio de interação onde “as coisas correm bem”: os atores dispõem de uma grande abundância de recursos tecnológicos e roteiros e imagens culturais para orientar seu comportamento, para encontrar prazer em uma interação e para definir os limites da interação. As emoções, entretanto, tornaram-se o plano de experiência social que “coloca um problema”, um domínio onde reina a confusão, a incerteza e até mesmo o caos. (Illouz, 2019, p. 19, tradução nossa)

Os agentes de uma ética do desejo empreendedora parecem estar localizados em uma encruzilhada de ambivalências. Em geral, conforme

---

<sup>21</sup> Mary Eberstadt (2019) classifica a Revolução Sexual como um conjunto de mudanças político-culturais que foram acionadas a partir de fortes manifestações populares durante a segunda metade da década de 1960, especialmente nos Estados Unidos e na França. Com abrangência relevante para além do Hemisfério Norte, esse fenômeno abrangeu demandas como a legalização da pílula anticoncepcional e a desestigmatização de práticas e comportamentos como o sexo não conjugal, o aborto e a diversidade de manifestações sexuais e de gênero cisheterodissidentes.

apontaram nossos informantes, não parecem ter problemas em afirmar ou mesmo exaltar seus objetivos sexuais a partir dos usos das mídias digitais, ainda que tenham dificuldade em elaborar sobre as implicações de seus desejos imediatos. No entanto, eles tendem a ser reticentes quanto a discorrer sobre seus interesses no domínio das relações amorosas. A postura deles pode estar associada a uma vulnerabilidade que eles não desejam tornar pública, possivelmente em respeito a um modelo de masculinidade avesso a emoções tidas como não viris, ou mesmo a uma inabilidade generalizada em delimitar os seus anseios e desejos de ordem romântica, em decorrência de trajetórias desejanteres cujos referenciais afetivos parecem se basear majoritariamente no que Illouz (2019) define como relações negativas.

Illouz (2011, p. 114) já havia discorrido sobre os encontros derivados de mídias digitais serem organizados sob a égide da ideologia liberal da escolha. A autora antecipou um aspecto importante da ética do desejo empreendedora ao desenvolver a ideia de um eu selecionador, que organiza suas buscas por parceiros afetivo-sexuais dentro de uma estrutura de mercado de modo a obter um resultado proveniente da melhor escolha possível. Em razão disso, o encontro on-line é organizado em um espaço onde os sujeitos desejanteres estão em constante competição uns com os outros, e são estimulados a manterem os esforços em suas buscas sob uma lógica regida por uma meritocracia sexual.

A essa ideia, Illouz (2019, p. 32-33) somou a noção de escolha negativa. Na tentativa de ser vista como a escolha mais certa e produtiva possível, a escolha negativa diz respeito à aderência a relações de curta duração, com pouco ou nenhum envolvimento do eu. Em geral desprovidas de emoções, essas escolhas são marcadas por um hedonismo autotélico (sem uma finalidade para além de si mesmo) e têm o ato sexual como objetivo primário. Para a autora, essa negatividade demarca os relacionamentos contemporâneos, “que terminam, se rompem, desaparecem, evaporam e seguem uma dinâmica de escolhas positivas e negativas, que entrelaçam vínculos e não-vínculos” (Idem).

O sexo casual buscado por parte considerável dos usuários de mídias digitais, em especial os aplicativos de encontro com interfaces e dinâmicas

desenhadas para este fim, é visto pela autora como um paradigma da sociabilidade negativa. A escolha “clássica” positiva é associada à seleção, ordenação, exclusão e singularização de um objeto amoroso ou sexual. Já a escolha negativa se materializa mediante práticas de acumulação – em que parceiros coexistem entre si e os relacionamentos se sobrepõem – ou através do descarte do “objeto sexual” depois de seu uso. Nas palavras de Illouz (2019, p. 122), “abundância e permutabilidade de parceiros são os dois modos operacionais de uma sexualidade livre governada pela não-escolha e pela sexualidade negativa”.

Da mesma forma que Illouz (2019, p. 279) ressalta acerca de seus objetivos ao investigar os sintomas das relações negativas em uma economia afetivo-sexual contemporânea, não cabe aqui estabelecer juízos de valor sobre práticas como o sexo casual, a “amizade colorida” ou as relações amorosas convencionais. Nosso propósito consiste em avaliar as implicações sociológicas de uma ética do desejo empreendedora, que vem a ter o sexo casual como modelo de relação negativa paradigmática, tendo em perspectiva o seu impacto sobre os relacionamentos de homens gays nordestinos. Buscamos apresentar os tensionamentos e contradições vivenciados por esses sujeitos diante de uma racionalização empreendedora de seus desejos – desejos estes que, embora fomentados majoritariamente pelo sexo casual, não excluem de seu horizonte as relações afetivas baseadas em um paradigma de relacionamento heteronormativo, geralmente monogâmico e associado a ideais românticos.

Em um diagnóstico contemporâneo, a autora assinala que a noção de anomia desenvolvida por Émile Durkheim (2000), que se referia à ruptura das relações sociais e da solidariedade social, não assume necessariamente as formas de alienação ou solidão observadas pelo autor francês no início do século XX. Para Illouz (2019, p. 12), a desestruturação de laços estreitos está associada às redes sociais, à tecnologia e a um mercado de aconselhamento e empoderamento baseado em uma liberdade autoafirmativa, na qual o eu se afirma ao negar ou ignorar seus pares. No presente contexto histórico, ao qual a autora se refere como modernidade da hiperconectividade, a anomia se

incorporaria ao tecido social a partir de uma cultura marcada por uma adesão intensificada às mídias digitais, à tecnologia e à cultura do consumo.

Se a sociologia tem tradicionalmente enquadrado a anomia como resultado do isolamento e da falta de uma adesão adequada à comunidade ou à religião, ela deve considerar uma propriedade mais elusiva dos vínculos sociais na modernidade da hiperconectividade: sua volatilidade a despeito e através de redes sociais, tecnologia e consumo intensos. [...] A incerteza emocional no domínio do amor, do romance e do sexo é o efeito sociológico direto das formas como o mercado consumidor, a indústria terapêutica e a tecnologia da Internet foram reunidos e incorporados pela ideologia da escolha individual que se tornou o principal quadro cultural que organiza a liberdade pessoal. O tipo de incerteza que atormenta as relações contemporâneas é um fenômeno sociológico: nem sempre existiu, ou pelo menos não nesta medida; não era tão difundido, pelo menos não nesta medida [...]. (Illouz, 2019, pp. 12-13, tradução nossa).

A reflexão de Illouz (2019) corrobora a perspectiva de que a ética do desejo empreendedora não corresponde a um ímpeto universal ou espontâneo dos sujeitos de desejo na atualidade; antes disso, está intimamente imbricada na globalização das condições de vida sob a égide do neoliberalismo, o que implica que ela se situa em uma encruzilhada de precarização generalizada de diferentes instâncias da vida humana e, no recorte em questão, especificamente no âmbito afetivo-sexual.

Atenta ao componente fundador do que vem se consolidando como uma sociologia do desejo (Miskolci, 2017a), Illouz (2019) evoca a noção de anomia sexual trabalhada por Durkheim (2000, p. 350), que a mobilizou como um parâmetro para analisar as altas taxas de suicídio entre homens solteiros na França do fim do século XIX. Conforme sublinhou Illouz (2020, p. 45), a ideia de anomia sexual consiste em “um excesso de desejo, uma forma de desejo que se origina no eu desvinculado de normas sociais”. Na definição durkheimiana, a anomia sexual torna o sujeito incapaz de se fixar a um objeto de desejo e o associa a uma subjetividade autocentrada, que não deixa claros os desejos e necessidades do sujeito, e os apresenta de maneira difusa, vaga, ambivalente e sem propósito. Na avaliação de Illouz (2020, p. 45), por ser incapaz de projetar emoções claras, esse tipo de subjetividade não pode impulsionar a si mesma em direção a um percurso narrativo e normativo do

desejo, e comporia o que a autora denominou de sociabilidades negativas ligadas ao “não-amor”.

A partir dos relatos dos entrevistados, pretendemos identificar como as relações negativas se incorporam à ética do desejo empreendedora nos usos e práticas desejantes e de sociabilidade mobilizados por eles em suas prospecções afetivo-sexuais. Se a “liberdade” e a “autorrealização” movem os sujeitos nas relações negativas que estabelecem, como argumenta Illouz (2019), outros componentes constituintes dessa ética devem ser considerados. Entre eles, a busca por reconhecimento desejante, entendida à luz do conceito de reconhecimento social de Axel Honneth (2003; 2009; 2013), e a promessa de uma suposta plenitude afetivo-sexual, que possibilitaria aos sujeitos gozarem de uma vida plena e feliz nos limites de uma ética do desejo empreendedora. Por essa razão, buscamos explorar os tensionamentos entre a autonomia usufruída por esses sujeitos, em termos de uma suposta agência afetivo-sexual, e a sua busca por reconhecimento social de ordem desejante.

A ideia de uma “vida plena” como motor propulsor de dinâmicas neoliberais está atrelada à própria renovação do capitalismo, como demonstrou Maria Eduarda Rocha (2009) ao investigar a retórica do capital que tomou forma no Brasil no contexto de implementação do neoliberalismo, na transição dos anos 1980 para os 1990, a partir de análises de peças publicitárias veiculadas naquele período. Rocha (2009) pontuou que a imagem de uma vida plena seria um conjunto coerente de valores que se tornam desejáveis e a indicação dos caminhos necessários para alcançá-los. De maneira análoga ao contexto tratado pela pesquisadora, a ética do desejo empreendedora está ligada a uma suposta perspectiva de plenitude que seria obtida mediante a apreensão de ideias abstratas que norteiam a produção dos discursos e a própria inserção das plataformas digitais e de suas “mercadorias” – os indivíduos e as experiências sexuais e amorosas que anseiam viver – na cultura.

É interessante observar ainda como a busca por reconhecimento social de ordem desejante impele os agentes da ética do desejo empreendedora a buscarem continuamente um espaço cada vez mais privilegiado no mercado

homoerótico masculino, a despeito de seus relatos serem marcados fundamentalmente por uma certa exaustão e um forte sentimento de frustração frente à escassez identificada nesse mercado. Sobre esse ponto, Illouz (2019, p. 272) reflete que as relações negativas caras ao capitalismo escópico projetam um impacto profundo nas fontes de autoestima, na geração de novas incertezas e na criação de novas formas de hierarquia social, o que perturba os processos tradicionais de reconhecimento propriamente ditos, ou, como a autora exemplifica, o modo como as pessoas se sentem valiosas aos olhos dos outros. Organizado sob uma lógica neoliberal, portanto, o capitalismo escópico produz uma individualidade na qual a economia e o sexo estão imbricados e têm o seu funcionamento condicionado um ao outro.

### **1.3 DESEJOS MEDIATEZADOS SOB UM CAPITALISMO DE PLATAFORMA E ESCÓPICO<sup>22</sup>**

Os aplicativos de encontro com tecnologia de geolocalização, lançados a partir de 2009, constituem um marco importante dos processos de subjetivação afetivo-sexual por tê-los potencializado de uma maneira sem precedentes históricos. Mas eles estão inseridos em uma trajetória tecnossocial mais ampla, que remonta ao menos desde o início da comercialização da Internet<sup>23</sup>, em 1995. Trata-se de um percurso que abrange salas de bate-papo, sites de rede social, programas de mensagens instantâneas e páginas de conteúdo erótico. À época das entrevistas, entre outubro de 2019 e março de 2020, nossos interlocutores tinham entre 25 e 34 anos, o que implica um recorte geracional supostamente familiarizado com essas tecnologias desde a infância ou adolescência e com trajetórias desejantes, em geral, intimamente entrelaçadas aos seus usos.

A popularização das tecnologias móveis teve um papel fundamental para a constituição das trajetórias tecnossociais aqui investigadas, sendo o *smartphone* uma ferramenta paradigmática para se pensar as dimensões

---

<sup>22</sup> A junção dos termos capitalismo de plataforma (Srnicsek, 2017; Van Dijck *et al.*, 2018) e capitalismo escópico (Illouz, 2019), no termo único aqui utilizado (capitalismo de plataforma/escópico), realça o entrelaçamento e as correlações substanciais que se estabelecem entre ambas essas descrições do capitalismo contemporâneo, sendo as plataformas, portanto, um meio propício e ágil para a circulação e consolidação da transformação de corpos e indivíduos em imagens e ideias desejáveis em termos de consumo.

<sup>23</sup> A exploração comercial da Internet no Brasil foi aberta ao público em geral em maio de 1995, pela Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel).

subjetivas das sociabilidades mediadas. Conforme apontam Miskolci e Balieiro (2018, p. 134), o consumo de *smartphones* têm se expandido de forma exponencial desde o início dos anos 2010, em decorrência de custos relativamente baixos e interfaces voltadas para a simplificação de seu uso. A isso, somamos a dependência cada vez mais latente dos indivíduos em relação às funcionalidades ofertadas por esses aparelhos. Seja na esfera afetivo-sexual ou em termos de comunicação interpessoal, finanças, transporte, educação, lazer, saúde e alimentação, o acesso a *smartphones* vêm contribuindo para promover uma integração cada vez mais robusta entre os seus portadores que dispõem de acesso à Internet e um ecossistema de plataformas digitais que está na base do capitalismo contemporâneo.

Tendo em vista a centralidade dos *smartphones* na vida cotidiana na atualidade, não há dúvidas quanto ao adensamento dos processos de mídiatização que parte significativa da população vem vivenciando gradualmente desde a segunda metade dos anos 1990, marco da chamada sociedade em rede - termo foi cunhado por Castells (2011 [1996], p. II) para definir a configuração capitalista global que ascendeu no contexto de popularização da Internet. Para o autor, em definição que permanece pertinente, tratava-se de “uma nova estrutura social constituída por redes em todas as dimensões fundamentais da organização e da prática social”, “um sistema global que prenunciava a nova forma de globalização característica do nosso tempo” (Idem).

Ao desenvolver a noção de sociedade em rede, Castells (2011 [1996], p. XV; 2013, p. 137) se referia a uma era da conectividade perpétua, marcada por processos de integração, engajamento e dependência crescentes dos indivíduos às tecnologias disponíveis. Para o autor, os usuários das TICs transcendem noções correntes de tempo e espaço ao produzir conteúdo, estabelecer vínculos, conectar práticas e se situar como protagonistas dentro de suas atuações em rede. Em consonância com Castells, Miskolci (2017a, p. 24) se refere a uma era digital, um processo histórico em consolidação acelerada de “mudança sociotécnica de uma sociedade baseada predominantemente nas relações face a face para uma em que as relações mediadas ganham importância na vida social”.

Essa breve contextualização nos leva à necessidade de definir o sentido de “mídiação” aqui empregado. Para Couldry e Hepp (2019, p. 52), refletir sobre o mundo social e seus diferentes domínios como “mídiaçados” implica assimilar que a sua construção envolve práticas de comunicação moldadas por processos de longa duração de institucionalização e materialização das mídias. Assim, os elementos básicos constitutivos da vida social são progressivamente moldados pelas “mídias”, que abrangem tanto os conteúdos quanto as suas infraestruturas. A mídiação consiste em “processos comunicativos e sociais, bem como as formas sociais e as práticas construídas a partir deles, derivados da nossa dependência cada vez maior dos processos de mediação de base tecnológica e institucional” (Couldry e Hepp, 2019, p. 14). Enquanto a mídiação se associa à moldagem das relações segundo as lógicas das mídias, a mediação, um outro termo que lançamos mão ao longo desta tese, diz respeito à intermediação de processos comunicacionais promovida pelas mídias.

A dependência crescente dos processos de mediação e dos aparatos técnicos fornecidos pelas TICs vem produzindo novas formas de satisfazer as necessidades dos indivíduos. Aliados aos interesses de empresas globais que estão vinculadas a um ecossistema de plataformas digitais, os processos de mídiação vêm sendo mobilizados de maneira estratégica para se tornarem a via hegemônica da satisfação de nossos desejos e necessidades os mais variados. Ao se integrarem a plataformas que detêm regras, políticas e interfaces voltadas para os interesses comerciais das empresas que as sustentam (Srnicek, 2017, p. 26), os indivíduos se submetem a gramáticas de ação e subjetivação que os impelem a se guiar por um conjunto de práticas que têm como fim torná-los bem-sucedidos nos diversos usos oferecidos por essas ferramentas. A este sistema de crescente interdependência das plataformas digitais e de centralidade dos dados de seus usuários como matéria-prima, chamamos capitalismo de plataforma.

Em uma configuração tecnossocial de caráter colonialista, como descrito por Couldry e Mejias (2019), o principal recurso explorado consiste em dados extraídos dos usuários de plataformas digitais, o que promove uma integração cada vez mais completa dos indivíduos às regulações do capitalismo

contemporâneo. No sentido de colonialismo posto pelos autores, as grandes “potências” exploradoras seriam as empresas de tecnologia detentoras desses aplicativos e redes sociais, enquanto as “colônias” exploradas seriam os seus próprios usuários. Mas o sentido de colonialismo trazido por estes autores ganha conotações políticas ainda mais realçadas se considerarmos a hegemonia das tecnologias norte-americanas e de suas lógicas específicas sobre o Sul Global.

Embora tenha se consolidado após a crise financeira de 2008, acionada no centro financeiro dos Estados Unidos, o capitalismo de plataforma vem sendo delimitado desde o início dos anos 2000, quando um conjunto robusto de plataformas digitais se concentrou sob o domínio de cinco empresas daquele país<sup>24</sup>: Google, Facebook, Apple, Amazon e Microsoft (Van Dijck *et al.*, 2018, p. 12). Dessa forma, ele vem contribuindo com uma monopolização da resolução das nossas necessidades pessoais, das demandas mais prosaicas às mais íntimas, a partir de um amplo processo de mediação da realidade.

Van Dijck (2016) observa que um novo ecossistema de plataformas foi consolidado entre 2006 e 2012. Um ecossistema que não apenas permite conexões entre indivíduos, mas os molda por meio de algoritmos que orientam os usos das mídias digitais e produzem consequências concretas nas sociabilidades offline. Em termos de paquera, flerte e “caça”, nos jargões associados a sociabilidades homoeróticas masculinas, esse ecossistema de plataformas abrange aplicativos de encontro para diferentes fins (sexuais, afetivos, mistos e alternativos, como comerciais e de amizade), redes sociais (de imagens, vídeos, textos e músicas) e ferramentas de comunicação instantânea. Sob a orientação de uma ética do desejo empreendedora, os indivíduos se utilizam dessas plataformas de maneira articulada. Através delas, elaboram apresentações de si, estratégias de sociabilidade e roteiros culturais afetivo-sexuais com a finalidade de atingir os seus objetivos. Ao se tornarem

---

<sup>24</sup> No contexto da crise econômica internacional eclodida em 2008, o ano de 2009 foi um marco para a consolidação do capitalismo de plataforma, com o lançamento do sistema operacional iPhone OS 2 da Apple. Este modelo de software incorporou a tecnologia de geolocalização e passou a estimular a criação de aplicativos por terceiros, a partir da disponibilidade do código aberto para desenvolvedores. Entre as plataformas desenvolvidas nesse período, estiveram os aplicativos Grindr (2009), Scruff (2010) e Uber (2009).

agentes dessa ética e produzirem dados indistintamente, eles colaboram ativamente para a manutenção e o desenvolvimento desse modelo capitalista.

No cerne de uma sociedade marcada pela mediação digital das relações sociais, produtivas e comerciais, a noção de capitalismo de plataforma nos auxilia a elucidar um quadro geral dos fenômenos aqui investigados em termos tecnossociais. Conforme argumentamos, essa configuração capitalista possibilita as condições ideais para uma vinculação sólida entre plataformas digitais e indivíduos, na medida em que produz uma dependência crescente de seus usos e aciona novas gramáticas de ação social associadas às dinâmicas, interfaces e propósitos dessas plataformas comerciais. Uma percepção isolada das particularidades de sua infraestrutura, no entanto, possui limitações substanciais para a compreensão da produção de subjetividades que nela tomam corpo, especialmente no que diz respeito a subjetividades desejantes e às atuações dos sujeitos em suas prospecções afetivo-sexuais dentro de seu horizonte de desejo e consumo.

Para tornar as possibilidades de análise mais assertivas, aproximamos à ideia de capitalismo de plataforma as noções de capitalismo afetivo e capitalismo escópico, tais como desenvolvidas por Eva Illouz (2011; 2019). A autora entende essas expressões do neoliberalismo como sendo marcadas pela racionalização e mercantilização dos afetos e relações mediadas digitalmente, bem como atravessadas por um mercado sexual dominado por uma cultura imagética, voltada para excitação e consumo imediatos. São aportes subjetivantes que encontraram na infraestrutura difusa do capitalismo de plataforma o meio ideal para sua propagação e consolidação no sistema capitalista contemporâneo. Essas duas noções buscam respostas para um questionamento central nas investigações sociológicas empreendidas por Illouz (2019, p. 20): como o capitalismo transformou e corrompeu os princípios normativos fundamentais da esfera privada?

A autora define o capitalismo afetivo como uma cultura na qual os discursos e práticas afetivos e econômicos moldam uns aos outros, produzindo um movimento em que o afeto se torna “um aspecto essencial do comportamento econômico, e no qual a vida afetiva – especialmente a da classe média – segue a lógica das relações econômicas e da troca” (Illouz, 2011, p. 12). A autora se

refere a uma nova cultura da afetividade em que o eu privado, sob as transformações engendradas pelo advento da Internet, nunca esteve tão visível publicamente e associado aos discursos e valores das esferas econômica e política. Uma vez que os processos de midiatização profunda passaram a converter o eu privado em uma representação pública, conforme prescrevem sites de redes sociais e aplicativos de encontro, ele foi submetido a uma “textualização da subjetividade” que contribuiu para a efetivação de uma forma de apreensão de si em que o eu é externalizado e objetificado a partir de meios visuais de representação e linguagem (Illouz, 2011, p. 113).

É relevante pontuar que as observações de Illouz (2011) quanto à “exteriorização” do eu privado dialogam frontalmente com a perspectiva de Ehrenberg (2010, p. 50), para quem registros aparentemente bem delimitados se tornam difusos em torno da ideia de se tornar um empreendedor. Elementos supostamente opostos, portanto, como a identidade pessoal e a visibilidade social, assim como a esfera privada e a esfera pública, se confundem na medida em que o indivíduo assimila, sob a mesma retórica, a exteriorização do íntimo (a sua “publicização”) e de incorporação do social (a sua “privatização”) – o que corresponderia à “trama da ambição contemporânea”. Conforme desenvolve o autor, “ter por ambição tornar-se si mesmo, identificar ser si mesmo e ser o melhor, é assimilar um código ‘da autenticidade’ ou da identidade a um código de visibilidade” (Idem):

É fazer entrar na intimidade psíquica o modelo público da performance: a identidade depende de uma conquista semelhante a um recorde ou a um mercado. É preciso sublinhar também que os modelos de sucesso que são apresentados às pessoas não são distantes, inacessíveis, reservados a alguns, mas a seu alcance: são somente *os guias* (no sentido de viagem ou de carreira) *de sua própria modelização*. [...] A empresa, quando adquire o sentido da ação de empreender, simboliza o gosto pelo risco e pela performance; torna-se um modelo de ação. Durante muito tempo, a ambição consistia em se adquirir uma posição ou um nome. Hoje, ela põe em movimento a fabricação de sua identidade e a possibilidade de seu próprio desenvolvimento afetivo” (Ehrenberg, 2010, p. 51).

Ao desenvolver a noção de capitalismo escópico (ou visual), Illouz (2019) argumenta que os meios visuais de representação e linguagem dominantes, os quais o eu privado passou a integrar, estão associados a uma cultura imagética sexual. Esta teria se adensado após a II Guerra Mundial, sob o auxílio de um

aparato tecnomidiático que abrange o cinema, a televisão, a pornografia e, posteriormente, a Internet. A mais-valia produzida nesse capitalismo corresponde ao espetáculo e à exibição de corpos sexualizados, bem como à sua transformação em imagens que circulam em diferentes mercados sob a legitimação de uma suposta liberdade sexual. Segundo Illouz (2019, p. 80), a estrutura cultural absorveu a ideia de liberdade sexual de maneira difusa em decorrência de sua apropriação pela esfera econômica. Por essa razão, a sexualidade teria se tornado passível de ser performativamente adquirida a partir da esfera econômica e vice-versa, ao passo em que práticas econômicas convergiram em eus e performances sexualizados.

A sexualidade não era apenas o que se fazia no quarto, mas uma miríade de práticas de consumo reorganizando o corpo, a aparência deste, a relação consigo, os desejos, a apresentação de si e as relações sociais em geral. Na verdade, a sexualidade se tornou tão intrínseca à economia que podemos falar propriamente do surgimento de uma nova forma de ação: a ação sexual, onde o corpo, as estratégias culturais, os valores, os objetivos e o senso de si são ordenados a partir de um núcleo que percebe a si mesmo ao mesmo tempo como sexual, psicológico e econômico. A forma social que melhor capta esta grande transformação da sexualidade no capitalismo é o “sexo casual”, entendido aqui como uma forma de sexualidade por si mesma, legítima e mesmo positivamente distinta do sexo em relações estáveis. (Illouz, 2019, p. 81, tradução nossa)

Para Illouz (2019, p. 135), o capitalismo escópico produz mercados visuais em que a noção de valor é pensada a partir da valorização de imagens de corpos sexuais, que são destinados, por sua vez, a serem consumidos pelo “olhar” (“gaze”) nos mercados econômicos e sexuais. A autora se refere a uma cadeia contínua que converte ícones visuais de beleza e objetos de consumo em corpos sexualmente atraentes. Essa cadeia é continuamente reabastecida na esfera econômica e demarca o corpo considerado atraente como fonte de valor. Nesse sistema, a aparência é um instrumento importante de extração de mais-valia sexual e estética. Illouz observa que o regime escópico foi ampliado e intensificado pelo advento dos sites de encontros e mídias sociais, que passaram a dispor “os agentes na posição de apresentar um eu idealizado e atraente, que circula amplamente em uma variedade de plataformas visuais. Estas plataformas formalizam a mercantilização dos corpos e encontros sexuais” (Illouz, 2019, p. 135, tradução nossa).

Tanto o capitalismo de plataforma quanto o capitalismo escópico/afetivo são manifestações de um abrangente espectro social, político e econômico vinculado ao neoliberalismo, que, na visão de Illouz e Cabanas (2022), pode ser compreendido como um fenômeno mais amplo e fundamental do que apenas uma teoria de práticas político-econômicas. Conforme argumenta a autora:

[O neoliberalismo] deve ser entendido como um novo estágio do capitalismo, caracterizado por uma expansão implacável do alcance e do escopo da economia para todos os estratos culturais; pela demanda crescente por critérios tecnocientíficos para deliberações políticas da escolha, eficiência e maximização dos lucros; pelo aumento exponencial da insegurança no mundo do trabalho, da instabilidade econômica, da competição de mercado, da predisposição a assumir riscos e da flexibilização e descentralização da cultura corporativa; pelo acirramento da mercantilização do simbólico e do imaterial, no que se incluem as identidades, os sentimentos e os estilos de vida; e pela consolidação de um *ethos* terapêutico que situa tanto a saúde emocional como a necessidade de “realização pessoal” no centro do progresso social e das intervenções institucionais. Mais fundamental ainda, o neoliberalismo deve ser compreendido como uma filosofia social individualista cujo *locus* principal é o seu e cuja pressuposição antropológica principal, como argumenta Aschoff, é que ‘somos todos agentes independentes e autônomos que se encontram no mercado, construindo o próprio destino e, nesse processo, a sociedade’. Ele deve ser entendido em termos de seus atributos e consequências estruturais, mas também em seus pressupostos infraestruturais; ou seja, em termos de suas máximas éticas e morais, de acordo com as quais todos os indivíduos são (e devem ser) seres livres, estratégicos, responsáveis e autônomos, capazes de governar estados psicológicos a seu bel-prazer, de atingir seus interesses e buscar o que entendem ser o objetivo inerente da vida: a conquista da felicidade. (Illouz e Cabanas, 2022, pp. 80-81)

O neoliberalismo, enquanto sistema político e econômico hegemônico, está presente em práticas sociais, instituições e processos de subjetivação. Por suscitar uma gama de leituras e interpretações que dificilmente estabelecem consensos conceituais, não se trata de algo simples de ser apreendido no escopo de uma pesquisa acadêmica. Buscamos incorporar à nossa investigação expressões significativas desse sistema que se relacionam à problemática aqui analisada, tanto em termos tecnossociais, como é o caso do capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017; Van Dijck *et al.*, 2018), quanto em relação à produção de subjetividades e às alterações das dinâmicas afetivo-sexuais incorporadas pelos sujeitos desejanter, conforme pontuou Illouz (2011; 2019) ao construir as noções de capitalismo afetivo e capitalismo escópico.

Posto isto, nos interessa pensar como essas expressões contemporâneas do neoliberalismo fomentam as condições de possibilidade para a manutenção de uma ética do desejo empreendedora.

#### 1.4 A ÉTICA DO DESEJO EMPREENDEDORA

Quando nos referimos a uma ética do desejo empreendedora, estamos falando sobretudo da formação de um ethos sexual empreendedor que é aderido de forma supostamente irrefletida pelos indivíduos, em geral, como forma de aquisição de reconhecimento social de ordem desejante – seja este sexual, afetivo ou a combinação de ambos esses componentes. Nesse sentido, o ethos vivenciado e manifesto pelos nossos informantes consiste em um modo de ser e agir no mundo que deriva de uma ética embebida em discursos de empreendedorismo em todas as esferas da vida, mas em especial a sexual e a afetiva. No escopo desta pesquisa, portanto, propomos investigar a ética da qual deriva o ethos sexual dominante no mercado de desejo homossexual masculino.

Argumentamos que essa ética não estaria circunscrita a um sistema filosófico estrito. Partimos do pressuposto de Vázquez (2020) de que a ética consiste em teoria, investigação ou explicação de um tipo de experiência humana ou forma de comportamento social, estando apta a fundamentar ou justificar determinada expressão de uma conduta moral. Sob a ótica das ciências sociais, a função da ética corresponde a explicar, esclarecer ou investigar uma dada realidade, uma vez que é capaz de oferecer a compreensão racional de um aspecto real e efetivo do comportamento da sociedade. Na definição do autor, a ética não pode ser reduzida a um conjunto de normas e prescrições, uma vez que “seu objeto de estudo é constituído por vários tipos de atos humanos: os atos conscientes e voluntários dos indivíduos que afetam outros indivíduos, determinados grupos sociais ou a sociedade em seu conjunto” (Vázquez, 2020, p. 24).

Conforme argumenta Vázquez (2020), a ética mantém uma relação estreita com as ciências sociais, que se voltam para as práticas que estão associadas ao desenvolvimento e à estrutura das sociedades humanas, a exemplo da sociologia e da antropologia. Nas palavras do autor:

Estas relações [entre os indivíduos], assim como as instituições e organizações sociais, não existem sem os indivíduos, mas às ciências sociais interessa, sobretudo, não o aspecto psíquico ou subjetivo do comportamento humano [...], mas as formas sociais em cujo âmbito atuam os indivíduos. O sujeito do comportamento moral é o indivíduo concreto, mas, sendo um ser social e, independentemente do grau de consciência que tenha disto, parte de uma determinada estrutura social e inserido numa rede de relações sociais, o seu modo de comportar-se moralmente não pode ser um carácter puramente individual, e sim social. Os indivíduos nascem numa determinada sociedade, na qual vigora uma moral efetiva que não é a invenção de cada um em particular, mas que cada um encontra como dado objetivo, social. (Vázquez, 2020, p. 31)

Dada a contextualização da ética no campo das ciências sociais, a ética do desejo empreendedora não corresponde a um sistema filosófico de ética, mas a um conjunto sistematizado de tendências e atos humanos que têm como objetivo conduzir a um determinado fim. Em termos weberianos, a ética pode ser lida como uma série de regulamentos metodológicos que estabelecem meios para alcançar objetivos a partir de uma postura racional perante a vida. Dessa forma, a partir do que Weber (2004) denomina como racionalidade prática, a ética do desejo empreendedora expressa afinidades eletivas em relação às condições de possibilidade que definem a configuração capitalista atual, em termos de seus estímulos ao empreendedorismo como *ethos* dos sujeitos contemporâneos e de sua aderência ao cenário de proeminência de exploração dos dados, das tecnologias digitais e do mercado das imagens.

Antes limitada à esfera econômica e geralmente restrita a teóricos do liberalismo, a figura moderna do empreendedor passou a ser de interesse crítico de outras ciências humanas a partir da investigação sobre a ética protestante conduzida por Weber (2004), que identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor dentro do recorte analítico proposto (Rodrigues, 2007). Conforme elucida Martes (2010, p. 256), a figura do empreendedor é construída pelo autor como um tipo ideal weberiano, portanto, não constitui um indivíduo singular isolado, mas um ser social “típico”. Definido como portador de uma ética e um quadro cognitivo diferenciados, o tipo empreendedor descrito por Weber (2004) também é atravessado por um conjunto de instituições (cultura, hábito e tradição) que impõem resistências aos seus fins ao mesmo tempo em que oferecem suporte para a sua realização.

A noção de empreendedorismo que se encontra amplamente capilarizada na nossa cultura remete a ideias dos campos da economia e da administração, cunhadas por autores liberais que se associam, direta ou indiretamente, à Escola Austríaca. Entre esses autores, Joseph Schumpeter (1997) se destaca pela noção de que o ímpeto de inovação apresentado pelos indivíduos empreendedores consiste na força motriz do capitalismo moderno<sup>25</sup>. Na base do pensamento do autor, consta a relação intrínseca entre a inovação, a criação de novos mercados e a ação do empreendedor. A inovação seria o elemento dinâmico da economia, cabendo ao empreendedor a contínua promoção do desenvolvimento econômico a partir daquela. O empreendedor inovador se diferencia do empresário meramente capitalista por ter no escopo de sua gramática de ação a decisão racional com base em valores (inovação), o componente da paixão (no sentido de ser guiado por seus desejos, objetivos e conquistas) e a aspiração a um espírito de liderança idílico.

Schumpeter (1997, p. 10) define o empreendedor como agente de uma “destruição criadora”. Na sua visão, os empreendedores empreenderiam de fato quando lançassem mão de ações voltadas para a inovação. Uma vez que essa inovação fosse efetivada e gerasse um impacto social significativo, determinados hábitos e práticas se tornariam obsoletos e perderiam espaço dentro do mercado capitalista. Essas transformações, que são consideradas por Schumpeter (1997) como intrínsecas ao desenvolvimento do capitalismo moderno, deixariam um rastro de “destruição” composto por práticas e tecnologias que, como consequência, passariam a não mais servir em larga escala à ordem do capital. Sob a ótica de Schumpeter (1997), as inovações capitaneadas pelos empreendedores destroem e desestabilizam determinados paradigmas antes dominantes, no sentido de manter o movimento próprio do capital, para assim consolidar novos paradigmas que terão mais sinergia com a manutenção contínua do capitalismo.

Ao evocarmos a ideia de “destruição criadora”, dentro da qual o empreendedor é compreendido enquanto uma figura mítica de salvação e progresso, não podemos deixar de mencionar o universo das empresas de

---

<sup>25</sup> Partindo do individualismo metodológico de Weber (2004), Schumpeter (1997) compreende o empreendedor como um tipo social ou coletivo, como argumenta Martes (2010, p. 264).

tecnologia e da cultura de empreendedorismo cultivada no capitalismo de plataforma, que tiveram sua origem na cultura dos campi estadunidenses, especialmente nos anos 1970, na Califórnia, onde pouco depois viria a se instalar o Vale do Silício. As companhias de tecnologia tendem a ser produtos capitaneados por empreendedores *per se*, na tradição do *self-made man*, que induzem os consumidores de suas tecnologias e serviços a serem empreendedores de si mesmos.

Isso ocorre a partir da indução a determinados usos das plataformas, possibilitando aos usuários “vivenciarem” eles mesmos uma cultura empreendedora a partir de efeitos de autonomia e protagonismo frente aos desafios e/ou supostas facilidades relacionados às plataformas de seu interesse/necessidade – seja através de prospecções sexuais (enquanto empreendedores sexuais) ou de postos de trabalho precários. Neste último caso, é comum que empresas de tecnologia promovam vagas de trabalho precárias sob a promessa de que seus funcionários possam atuar como empresários de si mesmos, seja no âmbito de startups locais ou de empresas multinacionais que terceirizam serviços como transporte pessoal e entrega de alimentos. A inovação tratada por Schumpeter (1997), portanto, em seu raio de “destruição criativa”, incide sobre uma situação de precariedade da experiência humana em seus diversos domínios, quer seja o sexo, o afeto ou o trabalho. Trata-se, em termo mais recente, de um processo de uberização do trabalho e outras instâncias da vida, conforme tratado por autoras como Fonseca (2024) e Abílio (2020).

Na linguagem de Schumpeter (1997, p. 76), assim é estabelecida a relação entre produtores e consumidores do empreendedorismo: “[...] o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores, se necessário, são por ele ‘educados’; eles são, por assim dizer, ensinados a desejar novas coisas, ou coisas que diferem de alguma forma daquelas que têm o hábito de consumir”. A partir do produto, mercadoria ou serviço que oferece, o produtor empreendedor possibilita ao público comum (o consumidor em vias de se tornar empreendedor) efeitos de uma experiência de empreendedorismo, conforme podemos aferir pela citação de Schumpeter (1997, p. 76). Ensinados a cultivarem novos desejos, vontades e necessidades

a partir dos parâmetros impostos pelos produtores empreendedores, os consumidores adquirem gramáticas de ação orientadas pelo ímpeto empreendedor de explorar as possibilidades de mercado que lhes são disponibilizadas. Dessa maneira, eles se inserem em uma rede de empreendedorismo que possibilita uma ampla difusão de uma ética empreendedora que se expressa em várias instâncias da vida humana, para além do escopo econômico.

Harvey (2005) atribui à destruição criativa que está no cerne da “neoliberalização” da vida alterações consideráveis nos quadros institucionais e poderes anteriores, assim como as divisões do trabalho, relações sociais, provisões de bem-estar, combinações tecnológicas e modos de vida e pensamento. Em sua argumentação, o autor evoca a dimensão ética do neoliberalismo ao pontuar que este valoriza a troca de mercado como uma ética em si mesma, capaz de agir como um guia para toda ação humana, substituindo as crenças éticas consolidadas anteriormente. O autor pontua que o mercado tende a funcionar como uma ética propriamente dita que induz à comodificação – isto é, a transformação em mercadoria – de qualquer elemento da vida humana.

[O neoliberalismo] sustenta que o bem social será maximizado ao se maximizar o alcance e a frequência das transações de mercado, e busca trazer toda ação humana para o domínio do mercado. Isso requer tecnologias de criação de informações e capacidades para acumular, armazenar, transferir, analisar e usar enormes bases de dados para orientar decisões no mercado global. Daí o intenso interesse e a busca do neoliberalismo por tecnologias de informação [...]. Essas tecnologias comprimiram a crescente densidade das transações de mercado tanto no espaço quanto no tempo. [...] Quanto maior o alcance geográfico [...] e menor o prazo dos contratos de mercado, melhor. Esta última preferência paralela à famosa descrição de Lyotard da condição pós-moderna como aquela onde “o contrato temporário” suplanta “instituições permanentes nos domínios profissional, emocional, sexual, cultural, familiar e internacional, bem como nos assuntos políticos”. As consequências culturais da dominância de tal ética de mercado são numerosas [...]. (Harvey, 2005, pp. 3-4)

Conforme argumenta Harvey (2008, p. 161), a eclosão de uma mentalidade empreendedora foi proeminente em diversos domínios da vida. Em consonância com o autor, tanto Leite e Melo (2008, p. 35) quanto Colbari (2007) observam que a cultura empreendedora foi incorporada à vida social com ampla inserção para além da instância econômica, atingindo esferas como

a mídia, a psicologia, a política, o ensino e a intimidade. Atada aos pilares da inovação e da competitividade, a cultura dos campi norte-americanos dos anos 1970 foi um importante vetor de disseminação do discurso empreendedor contemporâneo, assim como o seu principal produto: o oligopólio de empresas que controla a Internet. Para Colbari (2007, p. 76), a proliferação dos discursos empreendedores consiste em uma força social desencadeada por comportamentos, atitudes e valores que têm como premissa conduzir à inovação e à mudança, tendo como fins a geração de “riqueza” e a ação transformadora de condições sociais e políticas.

Alencar (2005), por sua vez, identifica o fortalecimento de uma cultura do empreendedorismo no Brasil, nos anos 1990, em consonância com medidas governamentais neoliberais mais definidas. Para a autora, a cultura do empreendedorismo remete à expressão de uma sociabilidade que se manifesta através de uma série de componentes, tais quais: o estímulo a soluções individuais para problemas sociais; a competição entre os indivíduos; o mercado como instância primária da vida social; a ideia de igualdade, liberdade e autonomia entre os sujeitos nos processos históricos e sociais; a precarização do trabalho; e a elasticidade do referencial político de “cidadania”. Para Alencar (2005), passou a imperar a imposição de uma lógica mercantil na qual os indivíduos são induzidos a buscar sua realização enquanto proprietários e consumidores (Alencar, 2005, p. 159), embora a maioria não logre êxito em suas “jornadas empreendedoras”.

Quando buscamos identificar os traços de uma ética do desejo empreendedora, nos referimos a uma transformação cultural da conduta do eu em relação à busca por parceiros sexuais e/ou afetivos sob uma racionalidade empreendedora. Illouz (2012, p. 50) compreende a remodelação recente do campo afetivo a partir da noção weberiana de racionalização, em que a vida e os sentimentos íntimos são transformados em objetos mensuráveis e calculáveis. Conforme sublinha Illouz (2012), a racionalização se baseia em cinco componentes que apresentam um refinamento mais profundo das técnicas de cálculo: o uso calculado dos meios; o uso de meios mais eficazes; a escolha com bases racionais; a instauração de princípios gerais de valor

como um guia da vida pessoal; e a unificação dos quatro componentes anteriores em um estilo de vida racional e metódico (Idem).

Para Illouz (2011, p. 56), a racionalização no campo dos afetos foi inserida progressivamente na cultura ocidental ao longo do século XX, quando “os relacionamentos íntimos puseram no seu centro, cada vez mais, um modelo político e econômico de negociação e permuta”. Este foi acompanhado, por sua vez, pelos desdobramentos de uma cultura imagética sexual difundida por um aparato técnico-midiático difuso e abrangente, que estabeleceu padrões corporais, eróticos e comportamentais que passaram a modular, e em certa medida limitar, as possibilidades de desejo afetivo-sexual. Em sinergia com a autora, Miskolci (2017a, p. 222) observa que um mercado amoroso e sexual diferenciado ascendeu junto à Revolução Sexual da década de 1960. Para Miskolci (2017a), com o advento das mídias digitais, esse mercado possibilitou meios sofisticados de criação de redes relacionais seletivas, que passaram a ser visualizáveis por meio de mídias voltadas para fins sexuais e amorosos.

Nesse sentido, podemos afirmar que a ética do desejo empreendedora se nutre de uma tendência semântico-ideológica que já foi observada por Hamlin e Peters (2018) ao analisarem a retórica de peças publicitárias recentes que buscam associar determinados produtos ou nichos de consumo à ideia de “empoderamento feminino”. Para Hamlin e Peters (2018), essa tendência trata-se da “passagem de um sentido associado a uma pauta coletivista de transformação política para uma acepção crescentemente individualizada, associada a ideais de realização, sucesso e autonomia pessoal conformes à dinâmica do capitalismo neoliberal” (Hamlin e Peters, 2018. p. 176).

Miskolci (2017a, p. 221) entende que as mídias digitais de encontros sexuais gradualmente potencializaram a inserção de seus usuários em um mercado regido por valores e ideais comercialmente moldados – desde os primeiros bate-papos e sites de busca de parceiros disponibilizados com o início da comercialização da Internet até o seu refinamento em outras mídias digitais e aplicativos com geolocalização. Sob a lógica da ética do desejo empreendedora, os sujeitos se engajam em prospecções afetivo-sexuais com fins quantitativos e qualitativos. Isto é, ao mesmo tempo em que é importante para esses indivíduos obterem um número significativo de experiências, sob o

a lógica do acúmulo, essas experiências também devem atender a determinados parâmetros valorativos qualitativos, como a conformidade (em relação a si e aos parceiros em potencial) a padrões corporais, comportamentais e sexuais associados ao que é considerado desejável dentro das diretrizes do mercado de desejo homoerótico masculino.

Em diálogo com Miskolci (2017a) e Illouz (2019), Pelúcio (2015, p. 85) relaciona os novos parâmetros afetivos e sexuais a um “conjunto de transformações sociais e econômicas marcadamente neoliberais que, a partir dos anos 1980, incidiram diretamente na forma das pessoas constituírem relações”. Individualismo exacerbado, competitividade, estímulo ao risco e às experimentações e a precarização de relações tidas como duradouras, no âmbito do trabalho ou das relações domésticas, são algumas das características que a autora atribui à conformação de um novo mercado afetivo e sexual ao qual sites, redes sociais e aplicativos de encontro estão diretamente alinhados.

Para Illouz (2012), o volume das interações nas quais os indivíduos se engajam no âmbito digital, com objetivos amorosos e/ou sexuais, obriga-os a desenvolver técnicas padronizadas de administração, o que tende a tornar os próprios encontros, dentro e fora da rede, repetitivos. A autora avalia que essas técnicas padronizadas desenvolvidas pelos indivíduos operam fundamentalmente sob uma aparente economia da abundância:

Tal como aconteceu no campo da produção econômica na virada do século XX agora as pessoas no campo das relações românticas enfrentam o problema de saber como lidar com o volume e velocidade muito maiores da “produção”, intercâmbio e consumo românticos. [...] O volume das interações faz os atores dependerem de um repertório limitado de gestos e palavras, o qual habitualmente repetido logo passa a ser visto como uma ironia cansada e constrangida. [...] Grande parte dos encantos tradicionalmente associados à experiência do amor romântico está relacionada a uma economia de escassez, que permite a novidade e a empolgação. [...] O espírito que rege a Internet é o de uma economia de abundância na qual o eu deve escolher e maximizar suas opções, sendo forçado a usar técnicas de custo-benefício e de eficiência. (Illouz, 2012, pp. 120-122, tradução nossa)

Os “desejos digitais”, como Miskolci (2017a) nomeia as pulsões desejantes na sociedade em rede, regulam as dinâmicas das novas feições desse mercado. Eles estão no cerne de uma negociação histórica da

visibilidade homossexual, em que a passabilidade heterossexual e os atributos a ela associados adquirem um valor de mercado diferenciado. Na perspectiva de Miskolci (2017a, p. 285), os “desejos digitais” constituem o resultado histórico de expressões desejantes, formadas a partir dos aparatos de perseguição e vigilância às expressões públicas da homossexualidade no período pós-Segunda Guerra. O autor acrescenta a esse processo histórico a afirmação desejante advinda da Revolução Sexual dos anos 1960 e a epidemia da aids, eclodida nos anos 1980, que desencadeou uma reconfiguração significativa inclusive em termos de uma seletividade mais rigorosa associada a um processo de “higienização” da busca por parceiros do mesmo sexo.

Como Miskolci (2016; 2017a), Pelúcio (2015) endossa a perspectiva de que o mercado amoroso e sexual ascendido após a referida Revolução Sexual passou a ser visualizável por meio de sites de redes sociais e aplicativos. Em consonância com Miskolci (2017a) e Illouz (2019), Pelúcio (2015) sustenta que um conjunto de transformações sociais e econômicas marcadamente neoliberais incidiram diretamente no modo como as pessoas passaram a constituir relações a partir de meados dos anos 1980. Para a antropóloga, uma série de mudanças acionaram um novo mercado afetivo impulsionado pelas novas tecnologias de busca por parceiros amorosos e sexuais, tais quais o individualismo exacerbado, a competitividade, o estímulo ao risco e às experimentações e a precarização das relações tidas como duradouras, seja no âmbito do mundo do trabalho ou das relações domésticas (Pelúcio, 2015, p. 85).

A rigor, as mídias digitais não inauguraram uma economia do desejo homossexual, mas passaram a potencializar estruturas dominantes previamente existentes, tornando-as mais visíveis. Como pontua Miskolci (2017a, p. 222), se os aplicativos de encontro não impuseram novos modelos corporais ou critérios de seleção de parceiros, eles tornaram a existência destes mais perceptível aos seus usuários, que passaram a desenvolver estratégias de sociabilidade e apresentação para lidar com suas próprias inadequações a essas imposições. Na perspectiva de Miskolci, as chances reais de se encontrar um parceiro sexual ou amoroso tendem a ser limitadas

pelo capital sexual desses indivíduos, para evocarmos o termo bourdieusiano retrabalhado por Illouz e Kaplan (2022).

Na linha de pensamento de Miskolci (2017a), as plataformas digitais produzem a ilusão de que o usuário teria mais pretendentes em potencial e chances de ser bem-sucedido nos âmbitos amoroso e sexual do que a realidade efetivamente possibilitaria. Trata-se de uma mentalidade advinda da esfera dos negócios, uma vez que o capitalismo historicamente se baseou na projeção de alçar os indivíduos ao papel de consumidores, sob a ilusão de que eles teriam mais poder do que realmente têm. Em uma aparente economia da abundância, que induz à “melhor escolha possível”, eles se posicionam perante os seus pares em busca de serem reconhecidos como sujeitos desejantes desejáveis, dignos de serem sexualmente desejados (e até amados), disputados e ranqueados dentro das regras do jogo sexual-afetivo que, em certa medida, repelem, mas contraditoriamente anseiam participar. Conforme argumenta o autor:

No universo dos aplicativos, a aparente abundância de parceiros é contrabalanceada pelo contexto de mercado amoroso e sexual, no qual vigora uma competição generalizada pelos perfis considerados mais desejáveis, enquanto a maioria dos outros perfis encontra várias formas de discriminação, rejeição e frustração. Ao mesmo tempo que essas plataformas ampliam o número de parceiros em potencial, elas também obrigam o usuário a se apresentar e, especialmente, se constituir como desejável. (Miskolci, 2017a, p. 221)

Em determinada medida, a ética do desejo empreendedora é mobilizada por seus agentes para mitigar os sentimentos de discriminação, rejeição e frustração vivenciados em suas investidas afetivo-sexuais, sejam elas on-line ou offline. Essa ética se relaciona, portanto, de maneira estreita com a busca por reconhecimento social de ordem desejante, conforme observado por Miskolci (2017a). A partir de pesquisas de campo com usuários de aplicativos de encontro em São Paulo e em São Francisco, na Califórnia (EUA), Miskolci (2017a) concluiu que a busca por sexo é secundarizada, enquanto a obtenção de reconhecimento desejante e a busca por normalidade e adequação social são priorizadas. No escopo da sociologia do desejo proposta pelo autor, a existência dessas prioridades “reconhece os desejos individuais como moldados por acesso desigual a direitos, cidadania e [...] e até mesmo ao afeto, ao sexo e ao amor” (Miskolci, 2017a, p. 127).

Miskolci também reconhece um processo de adoção progressiva de uma ética do desejo empreendedora no país, tendo em vista que o estigma que acompanhou os aplicativos de encontro voltados para pegação nos seus primeiros anos de atividade foi significativamente diluído e ressignificado. O autor argumenta que por muitos anos os aplicativos congêneres foram criticados sob a alcunha de “fast foda”, em alusão ao termo fast food. No entanto, teria sido apenas nos últimos anos que usuários começaram a usar o termo “casual”, assim como expressões como “casual não precisa ser impessoal”. Nesse sentido, a adesão ao *hookup* (“pegação”) ocorreu de forma progressiva até a sua naturalização, ao menos em contextos metropolitanos, conforme pontuou.

Em muitos casos, como pretendemos problematizar ao longo da análise das entrevistas, a ética do desejo empreendedora surge como uma possibilidade efetiva para se obter o reconhecimento social que leva o indivíduo a se reconhecer como sujeito desejante – e como sujeito de fato. Se o reconhecimento enquanto sujeito desejante é negado ao indivíduo, seja em decorrência dos marcadores sociais do desejo que a ele são atribuídos ou por outra razão, uma conduta empreendedora no âmbito afetivo-sexual torna-se um meio possível de busca por reconhecimento desejante. Reconhecer-se como sujeito desejante, e ser reconhecido dessa forma pelos pares, significa partilhar de vivências e sociabilidades que possibilitam a integração do indivíduo ao território do “social”, enquanto o contrário disso promove distanciamento e exclusão desse mesmo território.

Na teoria do reconhecimento social conforme proposta por Honneth (2003; 2009; 2013), o reconhecimento é entendido como uma construção intersubjetiva, dialógica e histórica, por meio da qual os sujeitos buscam a sua realização em três domínios fundamentais: o afeto, os direitos e a estima social. Na conceituação do autor, esses domínios estão associados, respectivamente, à autoconfiança, ao autorrespeito e à autoestima. É importante sinalizar que as demandas por reconhecimento social de ordem desejante que abordamos nesta tese estão entrelaçadas sobretudo às esferas do afeto e da estima social. Conforme já exposto, distinguimos os dois componentes relativamente autônomos que constituem o que entendemos por reconhecimento social de

ordem desejante, isto é, o afetivo e o sexual. Portanto, pode-se dizer que os domínios do afeto e da estima social se associam, majoritariamente e respectivamente, aos componentes afetivo e sexual do reconhecimento social de ordem desejante. No escopo desta tese, não buscamos explorar o domínio dos direitos, uma vez que, mais do que um reconhecimento coletivo/político da identidade sexual em si, o enfoque dirigido aos informantes está relacionado à esfera da intimidade, especificamente acerca do desejo de ser amado e desejado por seus pares.

Em comentário sobre a ordem social no contexto do capitalismo escópico, Illouz (2019) levanta uma questão importante para pensarmos a ética do desejo empreendedora como um meio de obtenção de reconhecimento social de ordem desejante. Conforme a autora sustenta ao se voltar para um escopo analítico concentrado na heterossexualidade, a ausência de reconhecimento desejante induz o sujeito a formas nocivas de não sociabilidade. Illouz (2019) ilustra seu argumento a partir do caso dos *incels*, homens misóginos que se entendem enquanto excluídos de uma ordem social na qual a sexualidade denota status e é vista como sinônimo de uma “boa vida” e de uma “masculinidade normativa”. Na perspectiva de Illouz (2019), estamos situados em uma ordem social na qual a sexualidade e a intimidade são sinais de status e filiação sociais:

Ser privado da sexualidade e da intimidade sexual é [...] ser privado de uma existência social. Enquanto para alguns, a sexualidade é a arena para o exercício da liberdade, para outros ela implica experiências “involuntárias” (e coagidas) de humilhação e exclusão. Nesse sentido, os *incels* estão localizados na linha de falha tectônica entre o patriarcado tradicional (violento) e as formas de alta velocidade do capitalismo tecnológico e escópico. O capitalismo escópico cria novas formas de classificação e privilégios sociais, transformando e reforçando velhos modos de dominação, enquanto utiliza valores de liberdade, libertação e emancipação. (Illouz, 2019, pp. 274-275, tradução nossa)

Não podemos deixar de levantar a hipótese, a ser averiguada com mais propriedade a partir da análise das entrevistas, de que a ética do desejo empreendedora *parece* cumprir uma função social importante ao possibilitar que determinados indivíduos tenham condições de encontrar meios de se reconhecerem como sujeitos desejantes e de assim serem reconhecidos por seus pares, o que se dá a partir da partilha de um certo “social”. Ao produzir

efeitos de reconhecimento social de ordem desejante sexual e/ou afetivo, ainda que não promova efetivamente esse reconhecimento de fato, a ética do desejo empreendedora impele os sujeitos a se apresentarem da forma mais “competente” e desejável possível, de modo a aventarem a possibilidade de serem cortejados e considerados por parceiros em potencial.

Como observado por Fraser (2007, p. 111), em texto no qual ela investiga o estatuto do reconhecimento ao tensionar as noções de que ele seria da seara da moralidade ou da ética, a ideia de reconhecimento social conforme desenvolvida por Charles Taylor (1992) e Axel Honneth (2003) considera que este se dá fundamentalmente através da ética. Esse posicionamento converge com a perspectiva por nós adotada de que o não reconhecimento impõe barreiras significativas para a partilha do “social”. Na visão de Taylor (1992) e Honneth (2003), ser reconhecido por um outro sujeito consiste justamente em uma condição necessária para a formação de uma subjetividade integral e não distorcida. Isto é, negar a um indivíduo formas de reconhecimento em quaisquer searas da vida seria privá-lo de pré-requisitos fundamentais para o pleno desenvolvimento humano.

“[...] o não reconhecimento ou o falso reconhecimento [...] pode ser uma forma de opressão, aprisionando o sujeito em um modo de ser falso, distorcido e reduzido. Além da simples falta de respeito, isso pode infligir uma grave ferida, submetendo as pessoas aos danos resultantes do ódio por si próprias. O devido reconhecimento não é meramente uma cortesia, mas uma necessidade humana vital” (Taylor, 1994: 25). Para Honneth, de modo semelhante, “nossa integridade é dependente [...] da aprovação ou reconhecimento de outras pessoas. A negação do reconhecimento [...] é prejudicial porque impede [...] que as pessoas tenham uma visão positiva de si mesmas – uma visão que é adquirida intersubjetivamente” (1992: 188-9). Desse modo, ambos os teóricos entendem o não reconhecimento em termos de uma subjetividade prejudicada e uma autoidentidade danificada. E ambos entendem a lesão em termos éticos, como um impedimento à capacidade do sujeito de alcançar a boa vida. Para Taylor e Honneth, então, o reconhecimento é uma questão de ética. (Fraser, 2007, p. 111)

No âmbito do desejo afetivo-sexual, as consequências do processo de não reconhecimento não são diferentes das elencadas por Fraser (2007). Estas se manifestam de maneiras diversas, sendo o sofrimento psíquico talvez a mais proeminente delas, especialmente no contexto do neoliberalismo, como pontuado por Safatle (2021). A partir do ponto de vista sustentado por Taylor e Honneth (2003), argumentamos que, para cumprir o objetivo desta pesquisa, o

reconhecimento deve ser investigado sob o viés da ética, e não da moralidade – ou, nos respectivos sinônimos adotados por Fraser (2007), sob o viés da “boa vida”, e não da “justiça”.

É importante voltarmos ao que afirmamos anteriormente em relação à produção de “efeitos” de reconhecimento, o que não deve ser confundido com o reconhecimento *per se*. Ao mesmo tempo em que a ética do desejo empreendedora produz efeitos de reconhecimento por parte dos sujeitos por ela agenciados, ela não apresenta um compromisso de ser uma ética propriamente emancipatória que possa vir a minimizar circunstâncias de domínio e opressão, uma vez que se vincula intimamente às diretrizes do capitalismo contemporâneo. Ainda que a função de uma ética do desejo empreendedora seja a de prover os sujeitos de um reconhecimento falho, ou até “falso”, para evocar o termo mobilizado por Taylor, ela apresenta condições, mesmo que precárias e/ou provisórias, de satisfazer as necessidades imediatas de seus agenciados. Com isso, tende a minimizar seu sofrimento psíquico ao fazê-los se sentirem desejáveis e, portanto, integrados a uma parcela do “social” fundamental para a obtenção de um senso de pertencimento.

No entanto, sob a perspectiva de Taylor (1992) e Honneth (2003), se o reconhecimento social pode ser efetivado através da ética, outras éticas de caráter emancipatório podem ser pensadas para as sociabilidades homoeróticas contemporâneas. Em termos ontológicos, esta não se trata necessariamente de uma impossibilidade. Ainda que soe como uma utopia, a própria Teoria Crítica nos aponta caminhos para que exercitemos a nossa imaginação sociológica em relação à possibilidade de concebermos éticas do desejo dissidentes e disruptivas. Contudo, no âmbito desta tese, nos limitamos a investigar o que parece ser a ordem ética hegemônica vigente em termos de um mercado de desejo homossexual masculino modulado pelas mídias digitais.

Postas algumas das ambivalências da ética do desejo empreendedora e a dependência do modelo capitalista a que ela está associada (escópico/empreendedor), o sexo casual surge como um componente sexual central dessa ética. Compreendido por Illouz (2019) como um paradigma de sociabilidade negativa, o sexo casual, em grande medida negociado via mídias

digitais, passa a ser incorporado à gramática sexual dos sujeitos como uma ferramenta para a aquisição de efeitos de reconhecimento desejante imediatos. Em contraste com o reconhecimento desejante de ordem sexual, o reconhecimento desejante de ordem afetiva, também almejado pelos sujeitos de desejo, encontra obstáculos que dificultam uma aquisição fluida e facilitada, uma vez que demanda mais tempo para ser conquistado e abrange variáveis nas quais os marcadores sociais do desejo são considerados de maneira ainda mais rigorosa pelos seus pares.<sup>26</sup>

Embora o sexo casual seja paradigmático dentro do escopo da ética do desejo empreendedora, ele não se trata do único modelo de relação abrangido por essa ética. A ética do desejo empreendedora não tem como fim, necessariamente, um relacionamento amoroso monogâmico, embora esse objetivo ainda seja aventado por algumas mídias digitais com fins afetivo-sexuais, especialmente as concebidas originalmente para o público heterossexual, como o Tinder. A ética do desejo empreendedora tem como característica fundamental a busca contínua pela melhor opção de um parceiro afetivo-sexual possível, mediante a permanência no mercado de desejo homossexual masculino. Indivíduos engajados em relações monogâmicas, poligâmicas, abertas ou baseadas em outros acordos afetivos também estão sujeitos aos imperativos dessa ética, seja através de traições, relações casuais com terceiros ou, mais raramente, relações duradouras formadas por mais de dois indivíduos. A ética do desejo empreendedora não exclui essas modalidades de relacionamento de seu escopo, mas se incorpora a elas. Dessa forma, ela induz os sujeitos continuamente a se engajarem e a buscarem posições de destaque no mercado de desejo homossexual masculino, independentemente do modelo de relação a que estejam engajados ou que estejam buscando.

A relação ambivalente dos agentes da ética do desejo empreendedora com o sexo casual será um dos elementos investigados adiante. O sexo casual pode tanto ser visto como uma possibilidade efetiva de se vivenciar autonomia

---

<sup>26</sup> A distribuição do reconhecimento desejante de ordem afetiva tende a ser desigual e está ligada à lógica de distinção social: alguns sujeitos têm mais condições de aquisição desse reconhecimento do que outros, em decorrência dos recortes sociais, raciais, corporais e de performance de gênero dentro dos quais são enquadrados.

e agência sexual – uma ideia envolta em paradoxos que passou a ter maior inserção após a Revolução Sexual – quanto como uma prática compulsória, no caso de serem negadas ao sujeito outras possibilidades de se relacionar. Nesse sentido, nos interessa elucidar as implicações sociológicas que há na dificuldade em se estabelecer laços sociais fortes sob os imperativos de uma ética do desejo empreendedora. Dentro de uma ordem social em que há um engajamento crescente em relações negativas, nos atentamos às maneiras como os sujeitos desejantes, munidos de potencialidades e limitações desiguais dentro do mercado de desejo em que se inserem, manobram essas questões em suas visões e expectativas sobre si mesmos.

Sob os parâmetros da ética do desejo empreendedora, quando se trata da busca por parceiros, os indivíduos mobilizam diferentes mídias digitais no sentido de terem condições de atingir melhores resultados no menor tempo possível, como analisamos no [capítulo 4](#). A busca contínua por uma posição de destaque nesse mercado se apresenta através dos usos das múltiplas plataformas com as quais os indivíduos constroem seus próprios circuitos de lazer adulto. Para além de aplicativos de encontro, onde essas características costumam ser mais evidentes, o engajamento em redes sociais que não sexualmente segmentadas, como Instagram, Twitter (atual X) e TikTok, apresenta uma proliferação de discursos de si que também possibilitam ao usuário prospectar uma melhor inserção no mercado de desejo homossexual masculino. Isso ocorre desde a divulgação de atributos de si, em *selfies* supostamente despretensiosas, até o compartilhamento de um cotidiano idealizado ou de conquistas pessoais – práticas através das quais buscam se acionar diferentes tipos de capital, especialmente o sexual (Illouz e Kaplan, 2022).

Tendo isso em vista, a ética do desejo empreendedora é atravessada por diversos componentes que se articulam entre si. Entre estes, estão o individualismo, a hiperseletividade de parceiros, a meritocracia afetivo-sexual<sup>27</sup>,

---

<sup>27</sup> Um paralelo entre a ética protestante investigada por Weber (2004) e a ética do desejo empreendedora pode ser levantado a partir da ideia de meritocracia. Se as condições das classes mais pobres se deteriorassem no contexto da ética protestante, isso seria associado a um suposto "fracasso" dos indivíduos, que não teriam sido esforçados e disciplinados o suficiente para adquirir um nível relevante de capital humano, conforme sugeriu Harvey (2005, p. 156). No caso da ética do desejo empreendedora, caso falhem em seus empreendimentos

o senso de competição e livre concorrência, os diversos processos de distinção, a perspectiva de ter o outro como rival em potencial, o processo de pornificação do corpo masculino (Morelli e Pereira, 2018), a *gamificação* (Licoppe *et al.*, 2015) e uma gramática de ação e uma linguagem estreitamente relacionadas à esfera econômica, o que abrange noções de inovação, investimento, risco, lucro, ousadia, insistência, perseverança e autoconfiança.

---

afetivo-sexuais, os indivíduos não teriam despendido empenho o suficiente para atingir um nível de capital sexual que os assegurassem a gozar de uma posição privilegiada no mercado homoerótico masculino.

## 2 METODOLOGIA

Neste capítulo, detalhamos a metodologia de pesquisa e a ida a campo. Serão abordadas a definição do objeto de investigação e a delimitação do problema de pesquisa, bem como a construção do campo empírico. Serão apresentados os métodos empregados para a comunicação com os informantes em potencial e as dinâmicas decorrentes dessas negociações. Em sequência, apresentamos informações referentes ao recorte sociodemográfico dos entrevistados e à construção do roteiro de entrevistas.

### 2.1 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Nosso desenho de pesquisa foi submetido a transformações importantes ao longo do processo de doutoramento. Inicialmente, a proposta consistia em investigar as sociabilidades entre usuários do Grindr a partir de interações nos limites do próprio aplicativo de encontro, sob as diretrizes de uma etnografia digital de viés participante. A escolha do Grindr parecia se justificar por si só, tendo em vista o impacto cultural, o pioneirismo e o protagonismo, em termos de popularidade, atribuídos ao aplicativo lançado em 2009 e popularizado no país no início dos anos 2010<sup>28</sup>. No entanto, dada a frequente centralização do Grindr em trabalhos desenvolvidos anteriormente, consideramos que seria mais interessante ampliar o enfoque inicial para compreender como o aplicativo se localizava dentro do que identificamos como um circuito de lazer adulto híbrido, composto por outras mídias digitais e espaços de sociabilidade físicos. Sob esse ponto de vista, interessava-nos uma leitura do aplicativo enquanto potencial ponto focal de um circuito de sociabilidades que fora impactado com a sua popularização.

Foi a partir da observação acionada por essa mudança de perspectiva que passamos a refletir sobre a diversidade de estratégias de autoapresentação e abordagens presentes em outros aplicativos e redes sociais, que tendiam a ser mobilizadas de maneiras diferentes pelo mesmo

---

<sup>28</sup> Entre 2012 e 2016, o Grindr ampliou seu público em 60%, atingindo 10 milhões de downloads em 192 países. Em relação ao Brasil, embora não haja dados atualizados, um crescimento exponencial de usuários da ferramenta foi registrado no início nos anos 2010: de 14 mil em 2011 para 65 mil em 2012 e 130 mil em 2013.

indivíduo, a depender das funções, códigos e “recompensas” que eram associados a cada plataforma. O esforço contínuo despendido pelos indivíduos para serem bem-sucedidos em suas buscas por parceiros sexuais e/ou afetivos em múltiplas plataformas nos conduziu a outros interesses de pesquisa. Permanecia o desejo de investigar as sociabilidades em circulação nessas mídias, mas pareceu pertinente entendê-las em associação a outros elementos, como o entrelaçamento entre as trajetórias tecnossociais e desejantes desses indivíduos, o papel da pornografia para a formação de seus repertórios eróticos/sexuais e as expectativas e frustrações em relação ao amor e à felicidade, que se refletiam em suas incursões nas mídias digitais ao mesmo tempo em que eram reflexo destas.

A reformulação do desenho de pesquisa nos levou a um deslocamento metodológico significativo. Ainda que a ideia de uma abordagem etnográfica permanecesse no radar da pesquisa, uma etnografia digital não contemplaria a contento as novas questões suscitadas, que demandavam um contato mais humanizado, extenso e fluido para com os informantes. Os tópicos levantados tratavam da intimidade dos possíveis entrevistados sob âmbitos distintos, desde o sexual ao emocional, passando por memórias de infância e percepções particulares sobre a vida em geral, o amor e a felicidade. No âmbito específico do Grindr, a volatilidade da plataforma impunha limitações para que as conversas pudessem ocorrer de maneira fluida e sem maiores intercorrências, uma vez que havia a possibilidade de o interlocutor parar de responder ou bloquear o pesquisador de maneira abrupta. Isso poderia comprometer ou dificultar o registro das conversas, uma vez que os dados poderiam ser perdidos e os interlocutores dificilmente consentiriam que a conversa fosse transferida para redes sociais privadas, nas quais compartilham informações pessoais e/ou profissionais. Além disso, nos limites do aplicativo não haveria como mensurar nuances e contradições que, no encontro presencial, poderiam ser identificados através de expressões faciais ou relutâncias na fala.

Isso nos fez considerar, portanto, o que de fato veio a ser efetivado: entrevistas em profundidade presenciais a partir de um roteiro de questões semiestruturadas. Essa escolha demandou que refletíssemos sobre as

limitações caras a este formato, como a possível intimidação dos informantes diante do pesquisador, a modulação de determinadas respostas a depender de seu peso ético e moral e a possibilidade de que parte do que foi dito não correspondesse necessariamente aos fatos e percepções narrados pelos informantes. Nesse sentido, foram elaboradas estratégias para mitigar as possibilidades dessas ocorrências, tais quais: a abordagem direta e objetiva no ato de convocatória para a entrevista, a possibilidade de escolha do lugar da conversa conforme as preferências do informante, a criação de uma atmosfera de confiança e empatia e o entendimento, expresso para o informante, de que o pesquisador partilhava com ele de características em comum e que estava sujeito às mesmas questões geracionais que ele, o que poderia estimular retornos mais completos caso houvesse alguma resposta evasiva.

A própria ideia de etnografia presumia uma observação minimamente sistemática e um acompanhamento do campo mais longo do que uma única entrevista com cada informante poderia proporcionar. Uma vez que dificilmente seria possível acompanhar de maneira equânime dez informantes após as entrevistas, inclusive por se tratar de questões íntimas que poderiam motivar desistências após o contato inicial, decidimos não prosseguir com uma abordagem etnográfica. Para abranger as especificidades da pesquisa de uma forma mais completa, optamos por desenvolver uma pesquisa composta por fontes históricas, sociológicas e, como material empírico original, entrevistas em profundidade. Dessa forma, ao invés de encarar o corpus da pesquisa como um campo etnográfico propriamente dito, passamos a compreendê-lo como uma rede de interações acionada pela relação entre pesquisador e informantes, na qual seriam compartilhadas histórias de vida e narrativas de si que se entrelaçariam às questões investigadas.

Elegemos como técnica de pesquisa central a entrevista em profundidade, para a qual, por se tratar de um método aberto, a preparação, o planejamento e a estrutura são elementos fundamentais. Conforme pontuou Seidman (2006, p. 39), sem uma estrutura elaborada para a entrada em campo, o pesquisador aumenta as chances de distorcer as impressões obtidas a partir dos relatos dos informantes, tendendo a impor sua visão de mundo pessoal aos seus interlocutores, ao invés de trazer as perspectivas do Outro à tona.

Para além de obter respostas para perguntas ou testar hipóteses, o objetivo desse tipo de entrevista consiste em compreender as experiências vividas por outras pessoas e os significados que elas atribuem a essas experiências (Seidman, 2006, p. 24). Sob essa lógica, Seidman (2006, p. 17) argumenta que a técnica requer três etapas para ser conduzida a contento, as quais buscamos incorporar desde a concepção do roteiro de entrevista às dinâmicas próprias do ato da entrevista em si: o contexto da experiência dos entrevistados, a reconstrução dos detalhes de sua experiência dentro do contexto em que ocorreu e a reflexão sobre o significado que os entrevistados atribuem a essa experiência.

Tendo essas questões metodológicas em vista, buscamos mobilizar os relatos dos informantes para responder a perguntas centrais para a pesquisa: em que medida os homens gays partilham de uma ética do desejo empreendedora? Como as suas trajetórias tecnossociais até março de 2020, pouco antes de eclodir a pandemia de Covid-19 no país, caminharam junto às suas trajetórias desejanter? E como ambas as trajetórias se correlacionam em um momento histórico de alta conectividade e exposição a mídias diversas, no contexto do Nordeste do Brasil? Nosso objetivo com esta pesquisa consiste em elucidar os questionamentos levantados a partir da análise de relatos de homens gays, do estado de Pernambuco, cujas trajetórias desejanter foram impactadas por adventos tecnológicos diversos. Entre eles, sites de encontro, salas de bate-papo, softwares de mensagens instantâneas, páginas de conteúdo pornográfico e/ou erótico, sites de redes sociais e, em especial, aplicativos de encontro baseados em geolocalização voltados para homossexuais masculinos – ou para o nicho LGBT<sup>29</sup>, após uma mudança de discurso estratégica e supostamente inclusiva por parte das empresas detentoras desses aplicativos.

---

<sup>29</sup> Sigla usada para designar Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros, conforme utilizada por Mozdzenski (2020), em decorrência de consistir no termo de maior uso no âmbito de pesquisas nacionais, na mídia e em documentos oficiais para se referir à população não heterossexual e/ou não cisgênera até o fim das entrevistas com os informantes desta tese, em março de 2020. É importante salientar que houve outras variações derivativas desde então, como LGBTQIA+, utilizada em 2024 no âmbito das políticas públicas do governo federal.

Na tentativa de responder às questões expostas acima, realizamos uma série de entrevistas presenciais em profundidade com 10 usuários de aplicativos de encontro que eram residentes na cidade do Recife ou Região Metropolitana<sup>30</sup>. Os usuários foram contatados a partir do aplicativo de encontro Grindr, o mais popular no segmento de aplicativos de busca de parceiros sexuais voltado para o público homossexual masculino<sup>31</sup>, sob a condição de terem entre 25 e 34 anos e serem residentes nas localidades abrangidas pela pesquisa. Esse intervalo etário foi escolhido por se tratar de um recorte geracional em que as tecnologias digitais foram supostamente naturalizadas desde uma idade precoce, especialmente a partir da segunda metade dos anos 1990. Em termos formais, baseamos essa escolha em duas faixas etárias do Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): 25 a 29 anos e 30 a 34 anos. Dessa forma, a amostra abrange indivíduos nascidos entre 1991 e 1995 e entre 1986 e 1990, respectivamente.

As entrevistas ocorreram entre setembro de 2019 e março de 2020, portanto, sob um recorte temporal ainda não afetado pelas novas dinâmicas relacionadas à pandemia de Covid-19. O fato de as entrevistas terem sido finalizadas às vésperas do início das restrições sanitárias impostas pela pandemia possibilitou que todas as entrevistas fossem realizadas presencialmente e de acordo com os mesmos procedimentos metodológicos.

Os indivíduos entrevistados testemunharam ao longo de suas trajetórias um histórico de violência sistêmica expressiva contra a população LGBT no Brasil, assim como ocorreu com as gerações anteriores. No entanto, esta geração pode ser considerada a primeira a ter tido amplo acesso aos dados divulgados por instituições não governamentais, assim como a notícias sobre o tema que tratavam os casos de violência como inaceitáveis na grande mídia,

---

<sup>30</sup> A Região Metropolitana do Recife tem população de 3,69 milhões de pessoas (IBGE, 2010) e é composta por catorze municípios: Araçoiaba, Igarassu, Itapissuma, Ilha de Itamaracá, Abreu e Lima, Paulista, Olinda, Camaragibe, Recife, Jaboatão dos Guararapes, São Lourenço da Mata, Moreno, Cabo de Santo Agostinho e Ipojuca. A população do município-núcleo da RM, Recife, correspondia, em 2010, a 42% da população metropolitana. Capital do estado de Pernambuco, Recife é a 9ª cidade mais populosa do Brasil e contabiliza cerca de 1,6 milhões de habitantes.

<sup>31</sup> Escolhemos o Grindr por se tratar do aplicativo de encontro voltado para o público homossexual masculino mais popular do mundo, em termos de quantidade de acessos e usuários.

especialmente a partir dos anos 2000. Embora a violência contra pessoas LGBT seja uma questão historicamente estrutural no país, como apontam estudos de Miskolci (2017a), Trevisan (2018), Green (2019) e Quinalha (2021), o fato de haver mais visibilidade para crimes com motivação de ódio e iniciativas de levantamento de dados sobre eles, assim como meios de divulgá-las on-line, contribuiu para dimensionar o problema e colocá-lo em evidência nas últimas duas décadas.

Em termos geracionais, a própria busca por parceiros por meio de TICs pode ser lida como a busca por alternativas mais “seguras” a ambientes noturnos comumente associados a uma parte dessa população, como determinadas vias públicas, saunas, boates, cinemas, bares e festas que constituíam as principais possibilidades de sociabilidade entre homossexuais masculinos das gerações anteriores. Embora a maior visibilidade destinada ao risco de crimes contra homossexuais possa ser compreendida como um componente que tenha contribuído para o aumento de usuários de aplicativos de encontro, é importante salientar que os espaços presenciais voltados para a socialização de homens gays não foram extintos pelas TICs, mas foram por elas reestruturados no âmbito de um circuito de lazer adulto híbrido que tende a ter como eixo central os aplicativos de encontro.

A despeito de não serem produzidos dados oficiais sobre a população LGBT em geral ou em relação a taxas de letalidade contra esse grupo<sup>32</sup>, instituições como o Grupo Gay da Bahia (GGB) divulgam anualmente dados que dispõem o Brasil no topo dos países mais violentos contra esses indivíduos no mundo<sup>33</sup>. No caso do GGB, os dados são coletados a partir de reportagens e matérias publicadas na imprensa. Em 2022, por exemplo, uma pessoa foi assassinada a cada 34 horas no país em decorrência de motivações

---

<sup>32</sup> Em maio de 2022, pela primeira vez, o IBGE divulgou dados parciais referentes à orientação sexual da população brasileira, coletados em 2019. O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), por sua vez, vem divulgando dados sobre casos de violência contra homossexuais, bissexuais, transgêneros e travestis desde 2018 no âmbito do Atlas da Violência.

<sup>33</sup> Fundado em 1980, a ONG divulga um relatório anual que compila crimes de ódio contra a população LGBT desde 1982.

homotransfóbicas<sup>34</sup>. De acordo com esses dados, o Nordeste é a região mais insegura para pessoas LGBT no país, concentrando 43,3% das mortes registradas em 2022 (111) no Brasil. Pernambuco, estado de origem e moradia dos entrevistados ouvidos neste trabalho, ocupa a terceira posição no ranking nacional de violência contra essa população.

Para além do histórico de violência a que esses indivíduos estiveram expostos ao longo de suas trajetórias, trata-se de uma geração que cresceu sob o estigma e o preconceito que associavam a pandemia da aids à população LGBT, especialmente homens gays e travestis. Todos os informantes nasceram entre 1984 e 1993, o que compreende a fase inicial da pandemia, marcada por um pânico moral generalizado em relação à população homossexual, e três anos antes do primeiro coquetel de controle do vírus ser disponibilizado à população pelo governo<sup>35</sup>, em 1996. Apenas a partir de então houve um esforço mais significativo por parte da propaganda governamental e da mídia tradicional de mitigar o estigma dirigido à população LGBT (Gonçalves, 2021).

Ao longo dos anos 1980 e até o fim dos anos 1990, no entanto, o estigma em relação a pessoas portadoras de HIV/aids e à população LGBT na mídia foi preponderante. Isso se dava tanto através de discursos moralizantes quanto de discursos supostamente científicos. Apesar de ter havido iniciativas para que tal estigma fosse atenuado, o imaginário coletivo acerca das pessoas homossexuais limitava as possibilidades de sociabilidades desses indivíduos, muitas vezes compelindo-os a performarem uma heterossexualidade compulsória (Rich, 2010). Em decorrência desse contexto, o uso das primeiras TICs por homossexuais masculinos, nos anos 1990, foi marcado por uma tendência à discrição e ao anonimato que continuaria vigente na concepção dos principais produtos tecnológicos voltados para esse público nas décadas seguintes. Um exemplo simbólico consiste no próprio Grindr, cujo logotipo

---

<sup>34</sup> Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/diversidade/2023/01/19/noticia-diversidade,1446713/um-lgbtqia-e-morto-a-cada-34-horas-diz-relatorio-de-grupo-gay-da-bahia.shtml>

<sup>35</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/11/28/cotidiano/23.html#:~:text=Em%20todo%20o%20Brasil%2C%20receber%C3%A3o,dos%20sete%20medicamentos%20do%20coquetel.>

constituído por uma máscara já antecipava as suas possibilidades de autorregulação de visibilidade.

Em uma contextualização mais elaborada, Miskolci (2017a) sugere que a pandemia de aids constituiu um ponto de inflexão nas sociabilidades homossexuais que teria influência fundamental nas novas tecnologias que se popularizariam a partir da comercialização da Internet, na segunda metade da década de 1990, conforme avalia:

Na década de 1980, a sociedade, imaginada como heterossexual, apresentou-se como a ordem a ser preservada diante da epidemia de aids, doença construída culturalmente como uma espécie de castigo àqueles que fizeram parte da linha de frente da Revolução Sexual. Não por acaso, na mídia hegemônica, chegou a ser noticiada como “câncer gay” até que a medicina a denominasse “síndrome da imunodeficiência gay adquirida” ou, em inglês, GRID, sigla para Gay-Related Immune Deficiency. Desde então, as relações sexuais entre homens passaram a evocar a ideia de risco, não apenas de contaminação individual, mas, por meio do imaginário epidemiológico que se espalhou, como um risco para as famílias e a sociedade como um todo. Reatualizou-se o pânico em relação ao desejo homossexual vivenciado após a Segunda Guerra Mundial, o que marcou profundamente as gerações que ganharam a vida adulta no auge da epidemia, grosso modo entre 1981 e 1996, os quinze anos passados sem tratamento efetivo que tornavam a condição de soropositivo uma sentença de morte. A disseminação comercial da Internet se dá no final desse período de refluxo conservador, em meados da década de 1990, e assinala – junto com outras transformações históricas e sociais [...] – uma inflexão que marcou nossas vidas nas últimas duas décadas. (Miskolci, 2017a, pp. 46-47)

Entre a segunda metade dos anos 1990 e o início dos anos 2000, nossos informantes eram crianças ou adolescentes que, no geral, passaram a ter acesso a tecnologias de informação e comunicação diversas. As possibilidades de anonimato e de entrar em contato com pessoas com interesses semelhantes de qualquer lugar do mundo abriram seu leque de sociabilidades afetivo-sexuais de maneira gradual, com a popularização de sites de busca por parceiros, salas de bate-papo e serviços de mensagem instantânea. Além disso, o repertório erótico desses indivíduos também sofreu alterações significativas diante do conteúdo pornográfico a que passaram a ter acesso de maneira facilitada.

A heterossexualidade compulsória e o estigma de “risco sanitário” que então pesava ainda mais fortemente sobre a homossexualidade masculina entrelaçaram as trajetórias desejantes desses indivíduos às suas trajetórias tecnossociais, induzindo-os a assumirem o segredo, a discrição e a passabilidade heterossexual como regras gerais de sociabilidade, especialmente nos ambientes offline que costumavam frequentar. Nesse contexto, a exploração do território on-line no qual haviam acabado de adentrar foi largamente estimulada pela possibilidade de se evitar abordagens públicas que pudessem conduzir à violência física ou a constrangimentos de outra ordem.

A adesão progressiva a sites de relacionamento, salas de bate-papo, sites pornográficos e a aplicativos de encontro com geolocalização – combinada, em alguns casos, a imersões relativamente discretas em circuitos de lazer presenciais – foi estratégica para a promoção de descobertas e experimentações pessoais que, de outro modo, seriam impossibilitadas ou ao menos ainda mais dificultadas. Conforme argumenta Miskolci (2017a), a heterossexualidade compulsória ainda vigente e os estigmas atrelados a homens gays produziram a necessidade de uma negociação da visibilidade desses indivíduos, com a qual nossos informantes ainda lidam de maneiras variadas.

## 2.2 CONSTRUÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA

Em termos metodológicos, a ideia inicial para a produção desta tese consistia em uma etnografia on-line com observação participante a partir do ambiente do Grindr. Seriam observadas as dinâmicas decorrentes do aplicativo e a interação do pesquisador com usuários da ferramenta, que seriam entrevistados através de recursos de áudio e texto da própria plataforma. No entanto, o aplicativo apresentava limitações técnicas importantes quanto à possibilidade de realizar e registrar entrevistas em profundidade – formato que desde o início pareceu ser a melhor opção para a coleta de dados quantitativos e especialmente qualitativos caros aos questionamentos levantados pela pesquisa. Por essa razão, optamos por utilizar o Grindr com fins de prospectar usuários que aceitassem conceder entrevistas em profundidade presenciais. Assim, as entrevistas puderam ser realizadas de maneira contínua e síncrona,

sem interferências que poderiam surgir durante um eventual contato on-line prolongado, como falhas de conexão ou desistências abruptas.

Nesse sentido, nos baseamos na observação de Gadelha (2015), para quem entrevistas com usuários de mídias digitais no âmbito de aplicativos de encontro voltados para homossexuais masculinos adquirem uma potência diferenciada quando são realizadas fora do contexto da plataforma em questão. Para o pesquisador, falar sobre uma dada mídia digital fora do espaço da mesma pode ajudar a “estabelecer com os usuários um contexto que levasse a compreender dinâmicas on-line e offline de aproximação, não somente entre usuários, mas também entre pesquisador e sujeitos pesquisados como participantes e observantes da plataforma” (Gadelha, 2015, p. 57).

A inserção inicial no Grindr ocorreu através de um perfil sem imagens ou informações públicas sobre mim. Para abordar os informantes em potencial, em conversações privadas, eu partia de uma breve saudação e logo exibia uma imagem com o meu rosto à mostra, seguida da justificativa daquela abordagem, para que o indivíduo em questão confiasse na minha identidade e nas proposições que eu apresentava na conversa. A proposta com a abordagem era ser o mais curto, claro e breve possível, dentro do que eu considerei ser uma postura inserida nas premissas da própria ética do desejo empreendedora, em que a objetividade, a praticidade e a otimização do tempo dos indivíduos conduzem grande parte das interações em aplicativos de encontro e pegação.

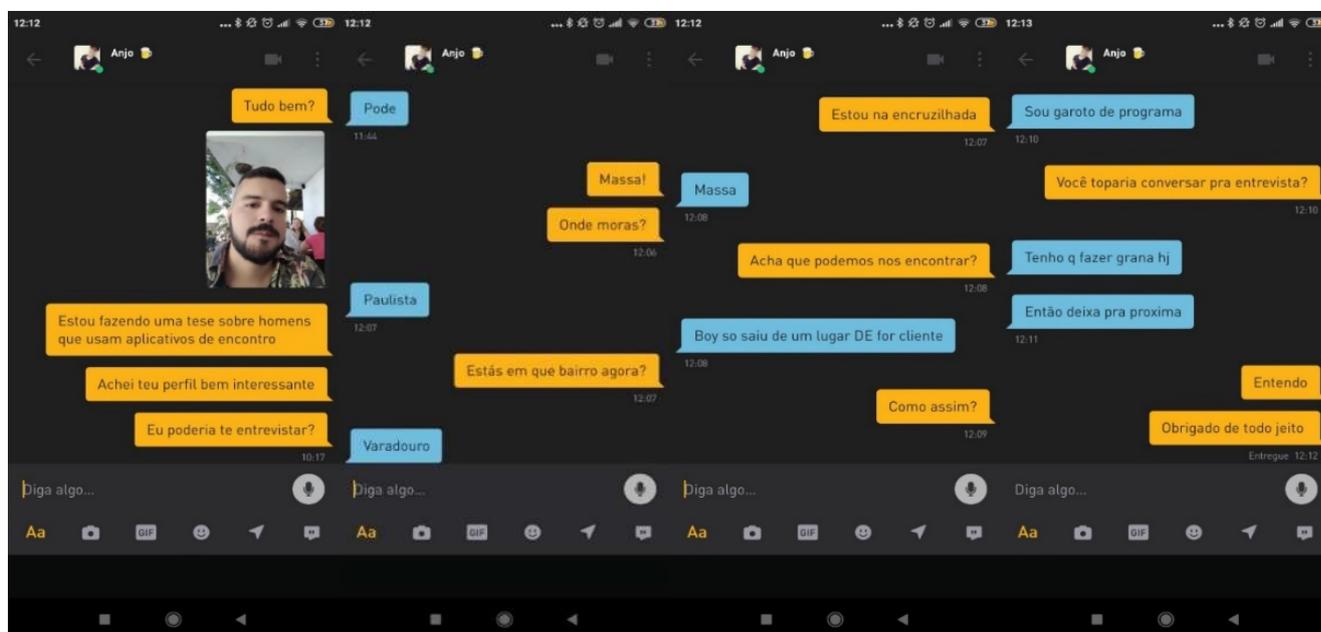


Figura 1 -Exemplo de abordagem com informante em potencial

Recusas à entrevista eram majoritárias e, em alguns casos, eram convertidas em propostas de encontro com fins sexuais. No caso da abordagem apresentada acima (Figura 1), um indivíduo que fazia uso comercial da plataforma como garoto de programa dispensou um encontro no qual não seria remunerado, o que ocorreu mais de uma vez. Também houve casos em que usuários inicialmente aceitaram participar da entrevista, mas quando foram avisados de que as conversas seriam gravadas para fins de pesquisa, desistiam abruptamente e paravam de responder, possivelmente com receio de alguma possível exposição posterior. Alguns usuários que tiveram aceitação inicial também desistiram quando foi explicado a eles que o encontro para a entrevista não incluía nenhum tipo de conotação sexual (“Perder meu tempo...”, respondeu um dos desistentes).

A flexibilidade do local de encontro foi o que possibilitou a efetivação das entrevistas com os informantes. Eles próprios escolheriam o local em que se sentiriam à vontade para conceder uma entrevista de relativa longa duração e sobre temas íntimos, que iam desde aspectos da infância aos usos que eles empreendiam nos aplicativos de encontro com geolocalização. Sendo assim, as entrevistas ocorreram tanto na minha residência, no bairro da Encruzilhada, na zona norte do Recife, como nas residências dos informantes, geralmente em bairros próximos, ou em locais públicos no Centro da cidade, como cafés e livrarias, conforme a preferência e a disponibilidade dos informantes.

Após uma série de negociações com informantes em potencial, entre numerosas recusas e algumas desistências, foram realizadas entrevistas em profundidade presenciais com 10 usuários do Grindr dentro do recorte etário e geográfico previamente estabelecido. Realizadas entre os meses de setembro de 2019 e março de 2020, as entrevistas abrangeram 10 perguntas de aspecto sociodemográfico e 50 questões abertas sobre temas distintos, como o processo de socialização LGBT, relações familiares e amorosas, os usos de tecnologias da informação e comunicação, lazer e felicidade. Ao todo, foram registradas 20 horas e 22 minutos de áudio, sendo o tempo médio de cada entrevista de 2 horas. Ao fim do processo de coleta de dados, foram transcritas cerca de 300 páginas de entrevistas. Um quadro geral dos entrevistados pode

ser conferido na Tabela 1, enquanto a versão final do roteiro de entrevista está disponibilizada no Anexo 1.

A primeira entrevista realizada para a pesquisa, em setembro de 2019, teve caráter experimental, sendo pautada por questões ainda vagas sobre a trajetória tecnossocial e afetivo-sexual do informante e por tópicos e perguntas que surgiram ao longo da conversa. Esse primeiro contato com o campo presencial foi fundamental para o desenvolvimento do roteiro de entrevista que seria utilizado com os demais informantes, assim como para o redesenho do próprio problema de pesquisa. A partir dessa experiência inicial, foram balizados acertos e equívocos que colaboraram para a formulação de perguntas e tópicos mais claros e elaborados para a pesquisa. Ela também contribuiu para o desenvolvimento de técnicas de entrevista que possibilitaram com que os informantes se sentissem mais à vontade em compartilhar relatos pessoais íntimos a um pesquisador.

O informante que concedeu a entrevista experimental foi também quem encerrou o ciclo de entrevistas, em março de 2020. Uma segunda entrevista com o mesmo indivíduo foi requerida para que fossem fornecidas respostas correspondentes ao roteiro de entrevistas definitivo, de modo que a entrevista experimental não precisasse ser descartada por divergências metodológicas. Neste último encontro, portanto, tive a oportunidade de refazer a entrevista a partir do roteiro que havia sido utilizado com os demais informantes. Os questionamentos que haviam sido abordados na entrevista experimental foram trazidos à tona novamente, assim como tópicos e questões que ainda não haviam sido explorados no encontro inicial. Algumas questões abordadas na primeira entrevista foram desenvolvidas mais brevemente, enquanto outras, sobretudo as que até então eram inéditas para o informante, foram abordadas com mais detalhes.

Passados seis meses do nosso contato inicial, em setembro de 2019, informações e posturas que haviam sido apresentadas no primeiro encontro foram reapresentadas pelo informante sob outros vieses. Na segunda entrevista, ele parecia estar mais à vontade com tópicos delicados, como a questão dos preconceitos que circulam nos aplicativos de encontro voltados para homossexuais masculinos, e em diferentes momentos entrou em

contradição com o seu primeiro relato. Essas ocorrências nos levaram a refletir sobre a complexidade do processo de entrevista a partir da construção das narrativas sobre si empreendida pelos informantes, além das diversas nuances e negociações existentes na relação entre pesquisador e sujeito de pesquisa como fonte empírica.

### 2.3 UM OLHAR SOCIOECONÔMICO SOBRE OS INFORMANTES

Como exposto anteriormente, a escolha dos informantes seguiu uma série de critérios pré-estabelecidos. Eles precisavam ter entre 25 e 34 anos de idade, morar na Região Metropolitana do Recife (RMR), ser usuários do Grindr e se identificar como homens gays<sup>36</sup>, além de estar disponíveis para serem entrevistados de maneira presencial. Os entrevistados residiam nos seguintes bairros/cidades: Encruzilhada (Recife/ classe média), Graças (Recife/ classe média alta), Hipódromo (Recife/ classe média baixa), Tamarineira (Recife/ classe média alta), Casa Amarela (Recife/ classe média baixa), Cordeiro (Recife/ classe média baixa), Pontezinha (Cabo de Santo Agostinho/ classe média baixa), Ponte dos Carvalhos (Cabo de Santo Agostinho/ classe média baixa), Salgadinho (Olinda/ classe média baixa) e Jardim Atlântico (Olinda/ classe média).

Os bairros da cidade do Recife que constituem o recorte da pesquisa são classificados como áreas nobres ou suburbanas. Os dados de IDH<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Todos os entrevistados foram homens gays cisgêneros em virtude da baixa disponibilidade de homens transgêneros que se apresentavam com essas características em seus perfis à época do levantamento de informantes na região. Embora tenham sido realizadas algumas tentativas de contato com indivíduos transgêneros, não houve retorno por parte desses usuários, o que nos levou a considerar apenas homens gays cisgêneros no escopo da pesquisa.

<sup>37</sup> Em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) divulgado pelo IBGE, Pernambuco passou de 0,544, em 2000, para 0,673, em 2010. A RMR, que concentra cerca de 44% da população estadual, apresentou uma evolução ligeiramente melhor do que a estadual: de 0,627, em 2000, para 0,734, em 2010, de acordo com o Índice de Desenvolvimento Municipal (IDHM). Os dados apontam que a RMR passou da faixa de Médio Desenvolvimento Humano para a faixa de Alto Desenvolvimento Humano, conforme a nomenclatura adotada pelo IBGE. No escopo dos informantes selecionados, três cidades da RMR foram abrangidas, sendo elas Recife, Olinda e Cabo de Santo Agostinho. Em relação ao IDHM dessas cidades, Recife e Olinda apresentam números considerados altos (0,772 e 0,735, respectivamente), enquanto Cabo de Santo Agostinho detém um número considerado baixo (0,686), de acordo com o mesmo banco de dados. Cabe apontar que os municípios em questão apresentam taxas de variação importantes em relação ao IDH dos bairros que os compõem. No caso dos bairros do Recife, por exemplo, em 2000, o IDH variava entre 0,466 e 0,909, enquanto em 2010 essa variação passou para 0,608 e 0,955. Essa mudança sinaliza um ligeiro aumento de qualidade de vida, mas também reafirma o elevado grau de desigualdade em termos de distribuição de renda na cidade como um todo. Entre os bairros do Recife abrangidos por esta pesquisa, por

referentes aos bairros de Olinda e Cabo do Santo Agostinho, por sua vez, não puderam ser consultados. No entanto, eles tendem a ser classificados como majoritariamente periféricos, no caso de Salgadinho (Olinda), Pontezinha (Cabo de Santo Agostinho) e Ponte dos Carvalhos (Cabo de Santo Agostinho), ou suburbanos, no caso de Jardim Atlântico (Olinda).

Em termos gerais, o Nordeste detém menos de um terço da população do Brasil (27,3%) entre as cinco regiões do país. No entanto, a região concentra a maior parte da pobreza nacional (47,9%), de acordo com o IBGE<sup>38</sup>. Além disso, entre todas as capitais do país, Recife é a cidade mais desigual em relação à distribuição de renda<sup>39</sup>. A violência no estado de Pernambuco é uma outra variável que merece ser levada em consideração no escopo desta pesquisa, tendo em vista que ela pode ser lida como um componente de estímulo ao uso de aplicativos de encontro e outras TICs em detrimento de alternativas presenciais de socialização homossexual masculina, que seriam supostamente menos seguras. Nesse sentido, Pernambuco foi apontado como o quinto estado mais violento do país em termos de letalidade de homens jovens de até 29 anos, de acordo com o Atlas da Violência divulgado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA).

Já em relação aos dados referentes ao acesso à Internet no estado de Pernambuco, podemos aferir que a conectividade é compreendida como uma prioridade por aqueles que podem arcar com esta despesa. De acordo com o IBGE, 2,27 milhões (71,4%) dos 3,17 milhões de domicílios de Pernambuco têm acesso à rede. Entre os lares com acesso à Internet no estado, 87,5% são conectados via banda larga. A conexão via banda móvel, por 3G ou 4G, contempla 68% do total. Na Região Metropolitana, a proporção de usuários de Internet de banda móvel chega a 76,9%. O equipamento mais usado para este fim é o telefone celular, em 99,2% dos casos. Em apenas um milhão, ou 44,5%

---

exemplo, os índices vão desde 0,789, em Casa Amarela, a 0,918, na Tamarineira. Disponível em: <<http://www.recife.pe.gov.br/pr/secplanejamento/pnud2006/downloads.html>>. Acesso em 21/06/2022.

<sup>38</sup> Disponível em: <<https://www.fecop.seplag.ce.gov.br/2020/11/20/regiao-nordeste-possui-quase-metade-de-toda-a-pobreza-no-brasil-segundo-ibge/>>. Acesso em 21/06/2022.

<sup>39</sup> Disponível em: <<https://m.blogs.ne10.uol.com.br/jamildo/2020/11/12/recife-e-a-capital-mais-desigual-do-brasil-pernambuco-esta-em-terceiro-lugar-em-desigualdade-entre-os-estados-mostra-ibge>>. Acesso em 22/06/2022.

deles, os microcomputadores ou tablets foram utilizados para acessar a Internet no estado<sup>40</sup>.

Como os entrevistados foram contatados através do Grindr, eles necessariamente precisavam ter acesso a um smartphone e à Internet, o que pode justificar a incidência amostral de homens gays oriundos da classe média ou de setores sociais emergentes. Apesar de ter sido observada uma tendência de relativa aproximação em termos de classe social entre a maior parte dos informantes<sup>41</sup>, a variação de localidades e de históricos escolares/familiares possibilitou uma diversidade importante de perspectivas narradas, assim como de aspectos de raça, corporalidade e especificidades referentes às trajetórias desejanter e tecnossociais ([Quadro 1](#)). É importante salientar que esses indivíduos, em geral, tenderam a ter um acesso mais amplo a bens de consumo e a oportunidades educacionais e profissionais associados a iniciativas governamentais ao longo das gestões federais do Partido dos Trabalhadores, entre 2002 e 2016, o que pode ser mensurado indiretamente através do aumento do IDH e IDHM da região.

As profissões então seguidas pelos informantes são variadas. Entre os que haviam concluído ou estavam cursando o ensino superior, havia um designer, um analista de informação, um ator, um administrador, um professor, um enfermeiro e um jornalista. Entre os que não haviam concluído um curso superior, havia um empreendedor (costureiro), um artista e um cozinheiro, que havia desistido de um curso superior de gastronomia por não poder arcar mais com as despesas da faculdade privada. Em termos de empregabilidade, o administrador e o artista se encontravam desempregados e/ou sem renda fixa à época do nosso contato, estando o segundo em situação de vulnerabilidade social.

---

40

Disponível

em:

<<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/economia/2020/04/pernambuco-tem-maior-percentage-de-lares-com-acesso-via-banda-larga.html>>. Acesso em 23/06/2022.

<sup>41</sup> Em 2010, de acordo com dados do IBGE, o índice de pessoas com mais de 24 anos com ensino superior completo no Recife era de 19,1%, o que aponta para uma diferença importante em relação à amostra dos informantes consultados para esta tese, dentro da qual 70% haviam atingido esse nível educacional. Disponível em: <<https://www2.recife.pe.gov.br/pagina/informacoes-socioeconomicas>>. Acesso em 26/08/2022.

O impacto do acesso ao ensino superior no escopo familiar – e social, de maneira mais ampla – pode ser mensurado a partir da comparação entre as profissões seguidas pelos informantes e seus pais. Entre os casos observados, filhos de empregadas domésticas, donas de casa, pedreiro e técnico em manutenção, por exemplo, haviam se formado ou estavam à época vinculados a cursos superiores, da mesma forma, portanto, que filhos de servidores públicos, analista judiciário, gerente de vendas e docente universitária. Mesmo no caso dos informantes que ainda não haviam tido acesso a um curso de nível superior, foi relatada a perspectiva de fazê-lo, mas como uma atividade paralela a um trabalho remunerado do qual não poderiam abrir mão.

Sob uma perspectiva racial, seis dos informantes se consideraram brancos, e quatro, negros<sup>42</sup>. Em termos de corporalidade, seis se identificaram como magros, três como gordos e um como normal/musculoso, o que sugere uma reprodução das próprias categorias de autodescrição oferecidas pelo Grindr na formulação dos perfis da plataforma. Em relação à educação, três entrevistados declararam ter interrompido os estudos no ensino médio, enquanto sete haviam cursado ou estavam cursando cursos superiores em áreas diversas. A religião foi um outro tópico levantado nas entrevistas. Quatro dos 10 informantes se identificaram como católicos (sendo um ex-evangélico), três como sem religião (sendo um ex-evangélico e outro ex-católico), dois como agnósticos e um como ateu (ex-católico). Entre eles, o ateu e um dos ex-evangélicos relataram ter tido conflitos significativos quanto à religião no âmbito familiar e à sua orientação sexual.

Para consolidar as análises apresentadas nos próximos capítulos, foi importante adotar uma lente interseccional sobre os informantes e observar a singularidade de suas vivências a partir dessa perspectiva. Esse conceito, desenvolvido por Kimberlé Crenshaw (2002), trata da maneira como o racismo, o patriarcado, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades que estruturam as posições de mulheres, raças, etnias, classes e outros grupos minoritários, em uma perspectiva que considera a combinação

---

<sup>42</sup> Em 2010, de acordo com dados da Agência CONDEPE/FIDEM, cerca de dois terços da população do Recife era formada por pessoas autodeclaradas negras ou pardas, o que aponta para uma diferença em relação à amostra dos informantes consultados, dentro da qual 40% deles são negros. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/analiseped/2011/2011pednegrosrec.html>>. Acesso em 26/08/2022.

de múltiplos sistemas de subordinação. Nesse sentido, a interseccionalidade surge como um conceito que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos de subordinação.

Em uma analogia para descrever a intersecção, Crenshaw (2002, p. 177) aciona a imagem de um cruzamento em que diferentes eixos de poder — raça, etnia, gênero e classe, por exemplo — são comparados a avenidas que estruturam os terrenos sociais, econômicos e políticos. Para a autora, é por essas “avenidas” que as dinâmicas de desempoderamento circulam. Embora possam ser sejam distintos e independentes, esses sistemas frequentemente se sobrepõem e se cruzam, formando interseções complexas nas quais dois, três ou até quatro desses eixos convergem. Devido a suas identidades específicas, os indivíduos pertencentes a esses grupos precisam lidar com o movimento simultâneo de opressões que incidem sobre eles de múltiplas direções. Esses contextos configuram os danos interseccionais, uma vez que as desvantagens que os circundam interagem com vulnerabilidades preexistentes, produzindo uma nova dimensão de desempoderamento que não pode ser entendida a partir do isolamento dos eixos de poder em questão.

A perspectiva interseccional adotada nas análises desta tese se torna mais evidente na medida em que os informantes relatam suas trajetórias tecnossociais e afetivo-sexuais, ressaltando a centralidade que marcadores sociais do desejo podem desempenhar nas relações amorosas e sexuais entre indivíduos homossexuais nos âmbitos on-line e offline. Questões referentes à corporalidade, classe social, sexualidade, performance de gênero e regionalidade (considerando as especificidades socioeconômicas dos bairros e cidades que habitam), em especial, localizam os informantes nos diferentes eixos de opressão que os impactam diretamente no que tange às sociabilidades homossexuais. É possível dizer que isso, por si só, resulta em uma distribuição notoriamente desigual em relação ao reconhecimento social de ordem desejante e à percepção que eles têm de si mesmos enquanto sujeitos desejantes.

#### Quadro 1 – Perfil sociodemográfico dos informantes

	Idade	Ano de nascimento	Profissão	Escolaridade	Bairro/cidade	Raça	Corporalidade	Profissão dos pais	Crença religiosa
<b>Daniel</b>	31	1989	Empreendedor (costureiro)	Ensino médio	Encruzilhada / Recife	Branco	Musculoso	Professora universitária (mãe) / Cabelereiro (pai)	Agnóstico
<b>Mateus</b>	26	1994	Designer	Ensino superior	Graças, Recife	Branco	Gordo	Dona de casa (mãe) / Gerente de vendas (pai)	Ateu
<b>Lucas</b>	28	1992	Artista (sem renda fixa)	Ensino médio	Pontezinha / Cabo de Santo Agostinho	Negro	Gordo	Empregada doméstica (mãe) / Não conheceu o pai	Agnóstico
<b>Pedro</b>	29	1991	Analista de informação	Ensino superior	Hipódromo / Recife	Branco	Magro	Servidores públicos (ambos)	Católico
<b>João</b>	32	1988	Ator	Ensino superior	Tamarineira / Recife	Branco	Magro	Psicóloga (mãe) / Servidor público (pai)	Católico

<b>Alexandre</b>	31	1989	Administrador (desempregado)	Ensino superior	Casa Amarela / Recife	Branco	Magro	Cuidadora de idosos (mãe) / policia militar (pai)	Nenhuma (ex- evangélico)
<b>José</b>	31	1989	Professor de história	Ensino superior	Cordeiro / Recife	Negro	Magro	Administradora (mãe) / empreendedor (pai)	Nenhuma (ex- católico)
<b>Marcos</b>	34	1986	Enfermeiro	Ensino superior	Salgadinho / Olinda	Negro	Magro	Dona de casa (mãe) / Técnico de manutenção (pai)	Católico
<b>Gabriel</b>	25	1995	Jornalista	Ensino superior	Jardim Atlântico / Olinda	Branco	Gordo	Auxiliar administrativa (mãe) / Analista judiciário (pai)	Nenhuma
<b>Tiago</b>	29	1991	Cozinheiro	Ensino médio (superior incompleto em gastronomia)	Ponte dos Carvalhos / Cabo de Santo Agostinho	Negro	Magro	Empregada ex-doméstica (mãe) / Pedreiro (pai)	Católico (ex- evangélico)

Fonte: autoria própria.

### **3 MIDIATIZAÇÃO DA ESFERA AFETIVO-SEXUAL E TRAJETÓRIAS TECNOSSOCIAIS DOS INFORMANTES**

Este capítulo tem como enfoque as trajetórias tecnossociais dos informantes e o entrelaçamento com as suas trajetórias desejantes. Além de contextualizar a progressiva mídiatização da esfera afetivo-sexual, esse recorte objetiva elucidar o impacto das tecnologias de informação e comunicação sobre a constituição desses indivíduos enquanto sujeitos homossexuais. Após uma breve cronologia das ondas de mídiatização e os usos das tecnologias vigentes em cada período histórico para se buscar parceiros afetivos e sexuais do mesmo sexo, voltamo-nos para os relatos autobiográficos dos informantes, tendo em vista os aspectos que modularam suas trajetórias em meio às tecnologias comunicacionais a que eles tiveram acesso ao longo de seu desenvolvimento.

#### **3.1 UMA CRONOLOGIA DAS TECNOLOGIAS DE BUSCA DE PARCEIROS AFETIVOS E SEXUAIS**

Nesta seção do capítulo, apresentamos uma breve cronologia das chamadas ondas de mídiatização (Couldry e Hepp, 2020) e os usos das tecnologias de busca de parceiros sexuais e amorosos, com foco na população homossexual. Interessa-nos, com isso, constituir uma perspectiva histórica acerca do processo de mídiatização da esfera íntima desde os seus primórdios até a popularização dos smartphones e das plataformas digitais atuais.

Embora o impacto engendrado pela vasta popularização de smartphones no Brasil seja um componente central nesta pesquisa, tendo em vista a conseqüente facilitação de acesso a aplicativos de encontro, o telefone celular de múltiplas funções não consiste no primeiro experimento tecnológico coletivo a articular tecnologias comunicacionais e construções sociais de gênero e sexualidade. Conforme argumenta Padilha (2019, p. 36), o gênero e a sexualidade vêm sendo continuamente construídos e negociados a partir dos vínculos que unem tecnologia e contextos locais desde períodos históricos anteriores. Por essa razão, propomos pensar em uma breve cronologia das

tecnologias de busca de parceiros afetivos e sexuais considerando processos de midiatização anteriores. Dessa forma, também objetivamos colocar em perspectiva as condições de possibilidade que estão associadas à disseminação de uma ética do desejo empreendedora na atualidade.

Couldry e Hepp (2020) diferenciam a midiatização dos últimos seis séculos em três ondas sucessivas e sobrepostas<sup>43</sup>, nas quais os meios de comunicação tornaram o “social” gradualmente mais complexo. Em ordem cronológica, essas ondas seriam: a mecanização, com o advento da prensa escrita, na Alemanha, no século XV; a eletrificação, que teve como marco fundamental o telégrafo, nos Estados Unidos, no início do século XIX; e a digitalização, relacionada ao computador, à Internet e ao telefone celular, a partir da segunda metade do século XX. Na atualidade, os autores identificam como vigente uma quarta onda de midiatização: a dataficação, que corresponde às dinâmicas associadas ao capitalismo de plataforma. A partir dessa perspectiva, elaboramos a seguir uma breve cronologia de tecnologias que foram acionadas em épocas distintas para a busca de parceiros amorosos e sexuais, especialmente entre homossexuais, ao longo de processos históricos anteriores.

Historicamente, os processos de midiatização produziram impactos significativos na constituição do “social” e consistiram em elementos fundamentais para uma construção mediada da realidade, uma vez que estimularam mudanças tecnológicas importantes no caráter das mídias e das relações entre elas (Couldry e Hepp, 2020, p. 60). Conforme argumentam Couldry e Hepp (2020), a infraestrutura das mídias ao longo da História não pode ser avaliada sem que seja devidamente levada em consideração a sua centralidade para a concepção do “social”:

A natureza fundamentalmente mediada do social – nossa interdependência necessariamente *mediada* como seres humanos – baseia-se, portanto, não em alguma realidade mental interna, mas, ao contrário, nos processos *materiais* (objetos, interligações, infraestruturas, plataformas) por meio

---

<sup>43</sup> Couldry e Hepp (2020, p. 59) definem uma “onda de midiatização” como “uma mudança qualitativa fundamental nos ambientes das mídias, suficientemente decisiva para constituir uma fase distinta no processo contínuo de midiatização, mesmo quando se admite formas bem diferentes que tais ambientes podem tomar em contextos específicos, sejam locais, regionais ou nacionais”.

dos quais a comunicação, assim como a produção de sentidos, tem lugar. Esses processos materiais de mediação constituem grande parte da substância do social. (Couldry e Hepp, 2020, p. 14).

Pensando a partir da divisão proposta por Couldry e Hepp (2020), a primeira onda de midiatização elencada pelos autores pode ser associada a elementos que já sinalizavam o interesse social por buscas amorosas a partir das tecnologias comunicacionais disponíveis. A reboque do processo de mecanização, impulsionado pelo advento da prensa escrita, Padilha (2019, p. 36) observa que foram registrados anúncios públicos de buscas de parceiros em periódicos desde fins do século XVII e início do século XVIII na Europa, uma vez que a ascensão dos jornais introduziu as seções de anúncios pessoais voltados para acordos matrimoniais entre famílias e, posteriormente, interesses amorosos de indivíduos. Padilha (2019) ressalta que esses anúncios costumavam ser assinados predominantemente por homens mais velhos, solteiros ou viúvos, tendo sido registrados casos em que mulheres que tentaram publicar anúncios do mesmo tipo foram consideradas vulgares ou loucas, chegando a ser internadas sob o argumento de serem mentalmente instáveis.

Os primeiros registros de anúncios amorosos e/ou sexuais em jornais atribuídos a homossexuais datam do século XVIII, também na Europa. Os anúncios eram vistos como uma alternativa mais eficaz e segura para se corresponder com parceiros do mesmo sexo, uma vez que a expressão da homossexualidade masculina era considerada crime em diversos países, como ainda ocorre na atualidade<sup>44</sup>. Na Inglaterra, onde anúncios deste segmento foram publicados no período em questão, homens que se relacionavam com outros homens estavam sujeitos à pena de morte desde dois séculos antes<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> Em 2024, 12 países ainda puniam a homossexualidade com a execução desses indivíduos, havendo ainda pena de prisão e restrições à liberdade de expressão em dezenas de outros países. Ver <https://www.statista.com/statistics/1227390/number-of-countries-that-criminalize-homosexuality/>. Acesso em 30/03/24.

<sup>45</sup> Os primeiros anúncios de busca por parceiros amorosos de que se tem registro ocorreram em classificados de jornais ingleses. No país britânico, manter relações homossexuais foi passível de pena de morte entre 1533 e 1861. A partir de então, foi estabelecida a punição de 10 anos de prisão para o infrator. Em 1895, mudanças na jurisdição inglesa contribuíram para a intensificação da perseguição contra homossexuais masculinos ao considerar ilegal qualquer homem acusado, mesmo que sem provas, de práticas homossexuais. As penalidades incluíam prisão, internamento em instituições de saúde mental ou castração química, conforme ocorreu com o inventor da computação moderna Alan Turing, que se suicidou pouco depois. Apenas

Nesse contexto, em meio a perseguições sistemáticas a espaços de sociabilidade homossexuais, especialmente os lugares classificados como *molly houses*, palavras codificadas, nomes femininos e outras estratégias textuais eram mobilizadas por homossexuais masculinos como meios de se encontrar parceiros em potencial em anúncios de jornais (Lee, 2016).

Entre as décadas de 1910 e 1920, na Inglaterra, publicações voltadas exclusivamente para a busca de parceiros, independentemente de sexo, gozaram de considerável popularidade. Um dos mais populares deste nicho foi o *Link*, um folheto distribuído mensalmente e voltado para a busca de “companheiros” e “amigos” de qualquer sexo<sup>46</sup>. Os anúncios eram publicados em um dos três segmentos oferecidos pela publicação: moças, soldados/marinheiros e civis. Acusado de exercer suposto estímulo à prostituição e à homossexualidade, sob o argumento de que atacava frontalmente a moral pública, o folheto foi proibido em 1921, o que abriu precedentes para a criminalização de publicações semelhantes. À época, anunciantes homossexuais chegaram a ter a sua correspondência amorosa apreendida pela polícia e foram presos sob a alegação de “indecência grosseira”, conforme registrou H.G. Cocks (2009, p. 12).

Os anúncios, no entanto, sobreviveram às tentativas de miná-los e ainda teriam um papel importante no desenvolvimento das sociabilidades homossexuais. No Brasil, anúncios semelhantes tiveram especial ressonância nas décadas que antecederam a popularização da Internet, sobretudo nos anos 1970 e 1980, com o mensário *Lampião da Esquina*<sup>47</sup>, e, no fim dos anos

---

em 1967 a homossexualidade deixou de ser classificada como um crime por parte das leis inglesas.

<sup>46</sup> Conforme ressaltou Harry Cocks (2009), havia diversos códigos para se expressar o desejo de conhecer pessoas do mesmo sexo no periódico *Link*. Descrever-se com adjetivos como “artístico”, “musical” e “não convencional” fazia parte desse escopo, assim como a preferência expressa por autores e compositores associados a obras queer, como o inglês Edward Carpenter, o estadunidense Walt Whitman e o irlandês Oscar Wilde, que chegou a ser preso por “indecência grosseira”, na Inglaterra vitoriana, por ter se relacionado com outros homens.

<sup>47</sup> Entre os anos 1960 e 1970, houve diversos periódicos de circulação restrita, especialmente no Rio de Janeiro, que eram voltados para o público homossexual. Rodrigues (2010) cita como exemplos as publicações *Snob*, *Subúrbio à Noite*, *Gente Gay*, *Aliança de Ativistas Homossexuais*, *Eros*, *La Saison*, *O Centauro*, *O Vic*, *O Grupo*, *Darling*, *Gay Press Magazin* e *O Centro*. Conforme avaliado pelos editores do *Lampião da Esquina*, estes consistiam em veículos que “versavam sobre amenidades e badalações sociais, sem esquecer de falar de acontecimentos culturais, reportagens e classificados” (Rodrigues, 2010, p. 44). Embora haja menção a seções de classificados, não fica claro em quais veículos esse serviço era oferecido e de que forma isso se dava. Não foram encontrados registros dessas publicações para

1990, com a revista *G Magazine* e publicações semelhantes. Conforme pontuou Ferreira (2017, p. 38), um outro mecanismo que colaborou para acionar redes relacionais homossexuais, nos Estados Unidos, foram cartas entre soldados e suas esposas na conjuntura da Guerra Fria, quando houve perseguição deliberada contra gays e lésbicas por parte da inteligência estadunidense. Posteriormente, essa comunicação passou a incorporar o contato entre homossexuais, como os *penpals* – cuja correspondência, por vezes, incluía fotos íntimas – e as *Letters to One*, cartas inspiradas no formato de correspondência de guerra que eram veiculadas na revista *One*<sup>48</sup>, entre os anos 1950 e 1960.

A segunda onda de midiatização, a eletrificação, tornou possível a transmissão simultânea de conteúdo das mídias pelo espaço. Sua linha do tempo abrange desde o surgimento do telégrafo, em 1830, até meados da década de 1950, com o crescimento do acesso a outras tecnologias midiáticas e/ou comunicacionais, como o telefone, a máquina fotográfica, o cinema, o rádio e a televisão. O desenvolvimento da cultura midiática norte-americana após a Segunda Guerra Mundial e a crescente exportação de modelos de masculinidades e feminilidades social e sexualmente desejáveis através de produtos midiáticos diversos, bem como o surgimento da indústria pornográfica, foram elementos fundamentais para a sedimentação de um imaginário coletivo a respeito do desejo homossexual – que tomaria ares políticos mais evidentes, inclusive em relação a uma organização institucional de luta por demandas políticas, na esteira da Revolução Sexual.

Em paralelo aos anúncios de jornais, o telefone foi uma outra ferramenta mobilizada para se conseguir contatar parceiros em potencial, tendo acelerado, inclusive, contatos oriundos de classificados que antes estariam sujeitos ao envio de cartas ou outros meios de comunicação não síncronos. A prática de

---

consulta. Rodrigues (2010, p. 51) também registra que, em Salvador, entre 1963 e 1978, houve uma série de publicações voltadas para homossexuais. No Recife, o vespertino *Diário da Noite* foi pioneiro ao publicar a seção Mundo Gay, entre setembro de 1979 e março de 1980. Neste espaço, eram publicados poemas, histórias de vida, contos, fotos, sugestões de bares, cinemas, boates e espaços públicos da cidade frequentados por homossexuais, além de notícias sobre os movimentos ecológico, negro, estudantil e dos anistiados (Silva, 2011, p. 12).

<sup>48</sup> Em decorrência do conteúdo que veiculava, esta publicação exerceria um papel estratégico na constituição dos movimentos políticos de gays, lésbicas e transsexuais nas décadas de 1950 e 1960, no contexto estadunidense.

sexo à distância também foi uma possibilidade proporcionada por essa tecnologia. Serviços comerciais de linhas eróticas com atendentes profissionais ou linhas voltadas para contatar anônimos com interesses afetivo-sexuais compatíveis alcançaram números expressivos nos períodos mais críticos da aids, no final dos anos 1980, nos Estados Unidos (Rampton, 2022), e no início dos anos 1990, no Brasil. Embora a publicidade em torno desses serviços tendesse a ser direcionada ao público masculino heterossexual, seu público-alvo abrangia homossexuais de maneira importante. No Brasil, foi significativa a popularização de serviços comumente chamados de “tele-sexo”, “disque-sexo” ou “disque-sexo e amizade”, que eram anunciados na televisão, em geral, no período da madrugada (Padilha, 2019, p. 109).

Nos anos 1980, o serviço de videotexto Minitel, um terminal de consulta de banco de dados comerciais criado na França, consistiu em uma fonte de busca profícua para se obter contatos com interesses sexuais e amorosos compatíveis, conforme pontuam Ferreira (2017, p. 64) e Ferreira Silva (2021, p. 18). Desativado apenas em 2012 no seu país de origem, o Minitel assumiu o papel de “uma poderosa ferramenta de apoio e de criação de redes de amigos e contatos próximos” (Ferreira, 2017, p. 105). Como demonstrou Ferreira (2017), após a eclosão da aids, o serviço chegou a ser lido como uma alternativa “higiênica” e “curiosa” a encontros presenciais entre homens – que também eram facilitados e tornados mais “seguros” em decorrência da ferramenta –, uma vez que teria popularizado a prática de sexo por telefone e ampliado o acesso a conteúdo pornográfico voltado para o público homossexual. No Brasil, serviços semelhantes chegaram a ser utilizados, mas em geral restritos ao Sudeste<sup>49</sup>.

No período de redemocratização, o jornal *Lampião da Esquina*, que circulou no país entre 1978 e 1981, cumpriu um papel importante tanto na divulgação de pautas caras ao então incipiente movimento homossexual

---

<sup>49</sup> No Brasil, a tecnologia do Minitel francês foi implementada nos projetos Ciranda e Cirandão, da Telebrás, e Videotexto, da Telesp, testados em 1982 e implementados em 1985. Este último teve uma vida útil um pouco mais longa, até meados dos anos 1990. No entanto, o alcance do Videotexto tendeu a ficar restrito a São Paulo em decorrência dos altos custos operacionais em outras regiões do país. O sistema teve seu ápice em terras brasileiras em 1995, com 70 mil assinantes, quando vivenciou um subseqüente declínio diante do início da comercialização da Internet.

brasileiro quanto na facilitação do contato entre homossexuais de diferentes localidades. Para além do conteúdo politizado que veiculava, os leitores poderiam publicar anúncios pessoais na seção “Classificados sem caráter” (Figura 2), que em edições posteriores teve o nome alterado para “Troca-troca” (Figura 3). Nesses espaços, os leitores costumavam se apresentar e discriminar as características que buscavam em possíveis parceiros, em termos de preferências físicas, sexuais e sociais (Ferreira, 2017; Rodrigues, 2010). Com a veiculação desses anúncios, o mensário atuou como um mecanismo de sedimentação de uma linguagem de busca de parceiros e de sociabilidades homoeróticas que teria influência notória sobre a cultura homossexual masculina hegemônica posterior, fosse nas publicações eróticas que surgiram na segunda metade da década de 1990 ou nas TICs voltadas para encontros sexuais e amorosos, desde salas de bate-papo aos aplicativos de encontro atuais.

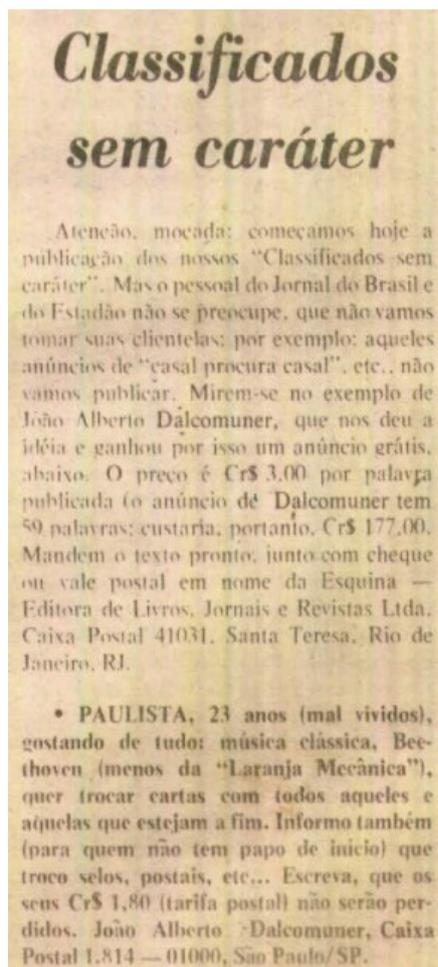
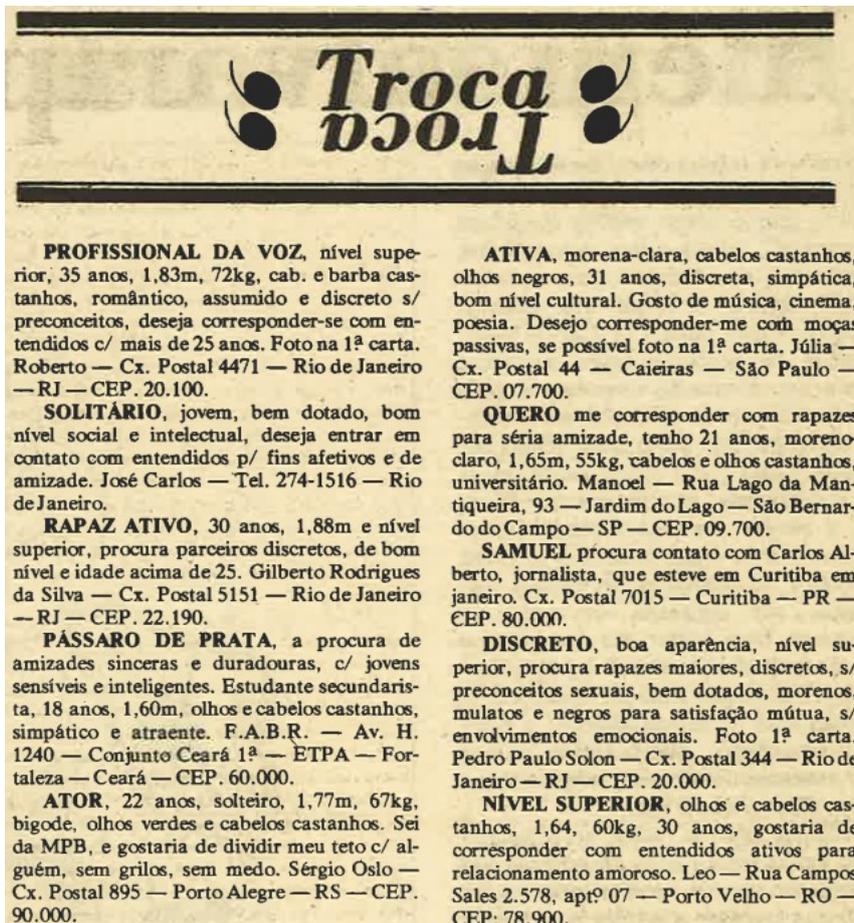


Figura 2 - Primeiro anúncio de classificados de cunho afetivo-sexual do *Lampião da Esquina*, por sugestão de um leitor, ainda sob o título de "Classificados sem caráter". Ano 1, nº 7, dezembro de 1978 - Acervo Grupo Dignidade.

Sobre a linguagem desenvolvida e veiculada nos anúncios do *Lampião da Esquina*, Ferreira (2017) pontuou que as representações do desejo homossexual que circulavam naquele espaço midiático dialogavam com uma série de componentes sociais e políticos vigentes à época, como os padrões estéticos modelares que eram construídos a partir de representações midiáticas como a pornografia e a cultura popular:

As representações do desejo homoerótico emergidas por meio da descrição pessoal, tipo físico e preferências no *Lampião* não se configuravam, portanto, como modelos e padrões estritamente individuais e naturais, mas, principalmente, como padrões estéticos coletivos e modelares construídos a partir das representações midiáticas, as quais envolveram

historicamente o universo da pornografia, dos espetáculos teatrais, da música popular e, mais tarde, também do cinema e da televisão até chegarmos, em meio à Revolução Sexual de fins da década de 1960 até início da década de 1980, na emergente mídia segmentada para homossexuais da qual faz parte o *Lampião*. (Ferreira, 2017, p. 64)



**Troca**

**PROFISSIONAL DA VOZ**, nível superior, 35 anos, 1,83m, 72kg, cab. e barba castanhos, romântico, assumido e discreto s/ preconceitos, deseja corresponder-se com entendidos c/ mais de 25 anos. Foto na 1ª carta. Roberto — Cx. Postal 4471 — Rio de Janeiro — RJ — CEP. 20.100.

**SOLITÁRIO**, jovem, bem dotado, bom nível social e intelectual, deseja entrar em contato com entendidos p/ fins afetivos e de amizade. José Carlos — Tel. 274-1516 — Rio de Janeiro.

**RAPAZ ATIVO**, 30 anos, 1,88m e nível superior, procura parceiros discretos, de bom nível e idade acima de 25. Gilberto Rodrigues da Silva — Cx. Postal 5151 — Rio de Janeiro — RJ — CEP. 22.190.

**PÁSSARO DE PRATA**, a procura de amizades sinceras e duradouras, c/ jovens sensíveis e inteligentes. Estudante secundarista, 18 anos, 1,60m, olhos e cabelos castanhos, simpático e atraente. F.A.B.R. — Av. H. 1240 — Conjunto Ceará 1ª — ETPA — Fortaleza — Ceará — CEP. 60.000.

**ATOR**, 22 anos, solteiro, 1,77m, 67kg, bigode, olhos verdes e cabelos castanhos. Sei da MPB, e gostaria de dividir meu teto c/ alguém, sem grilos, sem medo. Sérgio Oslo — Cx. Postal 895 — Porto Alegre — RS — CEP. 90.000.

**ATIVA**, morena-clara, cabelos castanhos, olhos negros, 31 anos, discreta, simpática, bom nível cultural. Gosto de música, cinema, poesia. Desejo corresponder-me com moças passivas, se possível foto na 1ª carta. Júlia — Cx. Postal 44 — Caieiras — São Paulo — CEP. 07.700.

**QUERO** me corresponder com rapazes para séria amizade, tenho 21 anos, moreno-claro, 1,65m, 55kg, cabelos e olhos castanhos, universitário. Manoel — Rua Lago da Mantiqueira, 93 — Jardim do Lago — São Bernardo do Campo — SP — CEP. 09.700.

**SAMUEL** procura contato com Carlos Alberto, jornalista, que esteve em Curitiba em janeiro. Cx. Postal 7015 — Curitiba — PR — CEP. 80.000.

**DISCRETO**, boa aparência, nível superior, procura rapazes maiores, discretos, s/ preconceitos sexuais, bem dotados, morenos, mulatos e negros para satisfação mútua, s/ envolvimento emocional. Foto 1ª carta. Pedro Paulo Solon — Cx. Postal 344 — Rio de Janeiro — RJ — CEP. 20.000.

**NÍVEL SUPERIOR**, olhos e cabelos castanhos, 1,64, 60kg, 30 anos, gostaria de corresponder com entendidos ativos para relacionamento amoroso. Leo — Rua Campos Sales 2.578, aptº 07 — Porto Velho — RO — CEP. 78.900.

Figura 3 - Seção "Troca-troca", *Lampião da Esquina*, ano 3, nº 29, outubro de 1980 - Acervo Grupo Dignidade

A formatação, o estilo, a linguagem e mesmo os objetivos expressos na seção "Troca-troca" (Figura 3) remetem a elementos que associamos a uma ética do desejo empreendedora. Essa associação reforça a ideia, que será melhor explorada adiante, de que as sociabilidades homossexuais vigentes na atualidade vêm sendo moldadas há décadas e a partir de fatos históricos, políticos e sociais diversos. Pode-se inferir que uma série de elementos são mobilizados pelos anunciantes para tornar a sua busca destacada e o mais bem-sucedida possível: a criatividade e a concisão para explorar o espaço limitado do anúncio (aproximadamente 130 caracteres), a seleção e a

hierarquização das informações expressas, a apresentação de atributos corporais e sociais considerados desejáveis e a modulação da linguagem a depender de seu objetivo. No geral, os anunciantes tendiam a compartilhar um mesmo desígnio: atrair a atenção de parceiros amorosos ou sexuais em potencial e ser eleito para uma possível correspondência que poderia se converter em um encontro presencial ou um relacionamento, o que, na época, poderia levar semanas.

O desenvolvimento da seção “Troca-troca” remete a outras similaridades com as TICs que surgiram entre a segunda metade dos anos 1990 e a segunda metade dos anos 2000. Diante da demanda de anúncios de empregos e prestação de serviços relacionados ao público homossexual que chegavam à redação da publicação, os editores criaram uma subseção intitulada “Utilidade” (Figura 4). Este propósito comercial unificado a uma coluna de classificados que tinha como prioridade encontros amorosos ou sexuais entre homossexuais dialoga com os usos alternativos de aplicativos de encontro como o Grindr. Ao longo desta pesquisa, por exemplo, foram identificados usos comerciais da ferramenta, como venda de peças de roupas íntimas e/ou eróticas, massagens, drogas ilícitas e prostituição, assim como a procura por empregos e a sinalização de interesse por outros tipos de relacionamento, como amizades ou guias locais, no caso de turistas.

Um outro recorte da “Troca-troca” que se relaciona às dinâmicas das TICs é a circulação de perfis falsos (Figura 5). No âmbito das TICs, esta prática consiste em uma atividade comum em redes sociais e aplicativos de encontro e tende a ser movida por interesses na promoção de golpes financeiros, ofensas ou extração de informações pessoais. No caso do *Lampião da Esquina*, em outubro de 1980, foi veiculado um aviso que informava que a publicação dos anúncios pessoais estaria sujeita ao envio de uma cópia de um documento oficial do anunciante, de modo a confirmar a sua identidade e evitar fraudes que estariam ocorrendo nos classificados do mensário. De acordo com os editores, alguns leitores estariam enviando anúncios em nome de outras pessoas, de modo a assustá-las com o recebimento de cartas de cunho sexual inesperadas como forma de trote. Uma outra similaridade do mensário com as

TICs está na divulgação de serviços de assinatura de conteúdo erótico de terceiros (Figura 6), que constituiria um dos primeiros meios de circulação sistemática de conteúdo homoerótico/pornográfico nacional. Esta semelhança se relaciona tanto com circulação de pornografia de maneira geral, como sites de streaming de vídeos pornográficos, quanto com o trabalho de divulgação de criadores de conteúdo pornográfico, que anunciam em aplicativos de encontro e redes sociais os seus perfis em plataformas de assinaturas como OnlyFans, Private e Onnowplay.

**UTILIDADE**

SOCORRO gays executivos desta terra!!! Preciso de um trabalho. Quero sobreviver as agruras do sistema. Gordon — Rua Braga, 168 — Penha, Rio de Janeiro, RJ — CEP 21.011.

MAQUIADOR — Filmes: super 8, curta e longa. Maquiagem para modelos, comercial, fotos. Luiz — Tel. 246-4180, BIP 31JK — Rio de Janeiro.

2º GRAU — CONTABILIDADE. Emprego de escritório ou não. Algo que dê futura estabilidade e acima de tudo uma chance para vencer. Pedro Paulo Ignácio da Silva. Rua Carlos Marques de Castro, 50 — Vila Torina, São João do Meriti, RJ — CEP 25.500.

MOTORISTA PARTICULAR — mulher de 22 anos, experiência, cultura e aparência razoáveis. Elisa da Glória — Rua Jaboticabal, 670 — São Paulo, SP — CEP 03.188

OFERECE-SE Senhor solteiro para gerenciar, arrendar ou servir de intérprete, guia de turismo em Hotel de elevada categoria e que costumadamente conte com hóspedes alemães. Cartas e propostas para Marcelino da Cruz, a/c do agente do Correio. Conselheiro Mairink — PR. CEP. 86.480.

Figura 4 - Subseção da "Troca-troca" para anúncios não sexuais, *Lampião da Esquina*, ano 3, nº 27, agosto de 1980 - Acervo Grupo Dignidade

**Atenção leitores de Troca-Troca: a partir de agora, quem quiser ter seu anúncio publicado nesta seção, terá que mandar, junto com ele, um xerox de sua carteira de identidade. Isso é pra evitar a ação de bichas maléficas, que estão mandando anúncios em nome de suas inimigas, pra que elas recebam centenas de cartas (é isso mesmo, queridinhas; centenas) sem saber porquê...**

Figura 5 - Informativo veiculado na seção "Troca-troca", *Lampião da Esquina*, ano 3, nº 29, outubro de 1980 - Acervo Grupo Dignidade

**AGORA NO BRASIL!**  
O LANÇAMENTO QUE VOCÊ ESPERAVA (SEM CENSURA)

Uma produção erótica masculina leva até você em exclusiva primeira mão 10 fotos sensacionais SEM CENSURA, de modelos capazes de trazer para você a mais completa excitação

13x18 cm Cr\$ 650,00

GBG — Caixa Postal 17.034  
Rio de Janeiro, RJ — CEP 21.310

ENVIE-NOS JÁ ESTE CUPOM ①

NOME ..... Nº .....  
ENDEREÇO .....  
CIDADE .....  
ESTADO ..... CEP .....

Figura 6 - Anúncio de material erótico/pornográfico via Correios veiculado no *Lampião da Esquina*. Ano 3, nº 27, agosto de 1980 - Acervo Grupo Dignidade

Como apontaram Portela e Czovny (2022), a publicação *Ponto de Encontro*, distribuída brevemente a nível nacional a partir de Curitiba, também

no final dos anos 1970, consiste em outro exemplo de classificados amorosos e sexuais pioneiros no país. Nela, havia três seções voltadas para este fim: Ela, na qual homens buscavam mulheres; Ele, na qual mulheres buscavam homens; e Elo, com um sugestivo pronome “neutro”, na qual homens buscavam homens e mulheres buscavam mulheres, o que era representado pelos termos Ele-Ele e Ela-Ela, respectivamente. Portela e Czovny (2022) observam que, de forma análoga ao *Lampião da Esquina*, havia uma notória atenção voltada para a descrição física e comportamental dos pretendentes em potencial, a partir da recorrência de termos como "magro", "forte", "louro", "entendido" e "discreto".

Sob um regime político que coibia as sociabilidades homossexuais, sob o argumento recorrente de “defesa da moral e dos bons costumes”, o contexto do *Lampião da Esquina* coincidiu tanto com uma organização política mais sistemática de homossexuais e pessoas trans e travestis quanto com uma popularização mais ampla de espaços de sociabilidade voltados para estas populações, como boates, saunas e “cinemões”. Isso ocorreu especialmente nas capitais brasileiras mais urbanizadas, que vivenciavam, no final da década de 1970, a consolidação de um circuito de lazer homossexual urbano<sup>50</sup> (Miskolci, 2017a; Green, 2019; Quinalha, 2021). Aventamos que, com a eclosão da aids no país, na segunda metade dos anos 1980, uma parte desses espaços foi associada a estigmas negativos e de risco à saúde coletiva, o que acarretou o fechamento de muitos desses locais ou uma gradual decadência dos espaços remanescentes nos anos seguintes. O contexto de opções de lazer e sociabilidades mais restritas, além de um estigma generalizado em relação a essa população, portanto, tendeu a fortalecer o uso de TICs a partir da segunda metade dos anos 1990<sup>51</sup>.

---

<sup>50</sup> No Recife, um marco da consolidação de um circuito de lazer urbano voltado para homossexuais foi a boate Misty, no bairro da Boa Vista, no centro da cidade. Aberto em 1979 na rua das Ninfas, o estabelecimento seria um importante agregador de pessoas não heterossexuais e demarcaria a região como um point de socialização homossexual estratégico. A abertura de outras boates, bares, saunas e “cinemões” nas décadas seguintes nos arredores da antiga boate reforçariam essa especificidade da região, conforme veremos no capítulo 5.

<sup>51</sup> No Recife, uma nova ascensão de um circuito de lazer presencial voltado para homossexuais ocorreria ao longo da década de 2000, com a abertura de boates, saunas, “cinemões” e bares mais profissionalizados, o que pode ter sido impulsionado tanto pela Parada da Diversidade de Pernambuco, iniciada em 2002, quanto pela gradual aquisição de direitos para esta população.

À exceção do periódico *Nós Por Exemplo*, que circulou nos primeiros anos da década de 1990 como fonte de informações sobre a aids (Rodrigues, 2010), não houve uma variedade relevante de publicações voltadas para o público homossexual entre o fim do *Lampião da Esquina* e a segunda metade dos anos 1990. Neste ínterim, como pontua Silva (2007, p. 37), “o público homossexual contava apenas com as revistas eróticas e pornográficas, a maioria delas estrangeiras, centradas na publicação de fotos de nu e cenas de sexo, e com as publicações internas dos grupos, de alcance bem mais restrito entre os não-militantes”. Para Rodrigues (2007, p.177), na esteira da implementação da sigla GLS (gays, lésbicas e simpatizantes) e sob uma suposta diminuição dos estigmas atrelados a esta população, o público homossexual passou a ser visto como um consumidor de nicho em potencial. Isso acarretou o crescimento de estabelecimentos comerciais e culturais segmentados, além de uma série de publicações nacionais especializadas, a exemplo de *SuiGeneris* (1995-2000), *Homens* (1997-2002) e *G Magazine* (1997-2013) – que, além de matérias de comportamento e entretenimento, publicavam ensaios de nu masculino<sup>52</sup>.

Concomitantemente ao início da comercialização da Internet, a revista *G Magazine* também cumpriu um papel importante em termos de desenvolvimento de sociabilidades homossexuais no país. Fundada em outubro de 1997, mesmo ano em que o então incipiente Bate-Papo UOL estreou no país com a possibilidade de acesso a salas sexualmente segmentadas, a revista manteve durante os seus primeiros anos uma coluna de anúncios íntimos. Sob a alcunha de “Procurados”, a coluna era voltada para “amizades, romances, paixões, sexo, fetiche”, com formatação, estilo e linguagem semelhantes aos anúncios publicados no *Lampião da Esquina* até o seu fechamento, em 1981. Diferentemente do *Lampião da Esquina*, no entanto, os anúncios da *G Magazine* não veiculavam a caixa-postal ou o endereço dos anunciantes, mas o identificavam por códigos e mediavam a comunicação

---

<sup>52</sup> Estudos apontam que as capas de veículos como a *SuiGeneris* e a *G Magazine* privilegiavam uma performance masculina viril em suas capas, corroborando com um padrão estético e comportamental de uma masculinidade hegemônica que, com a emergência das mídias digitais, tendeu a permanecer como uma representação “legítima” e desejável do ser homem, especialmente entre homossexuais. Ler Feitosa e García Manso (2020) e Silva *et al.* (2008).

entre os leitores a partir do recebimento de respostas na própria redação da revista (Figura 7), o que poderia implicar, em um contexto posterior à eclosão da aids e no qual pesava ainda mais fortemente o estigma da doença sobre homossexuais, uma maneira de evitar possíveis identificações dos anunciantes.

A revista também oferecia a possibilidade de publicar fotos dos leitores, o que era mobilizado por estes como forma de ter o seu anúncio destacado entre os demais. À época, é provável que a *G Magazine* recebesse as fotos físicas junto às cartas dos anunciantes e as digitalizassem com *scanners*, que se tornariam mais acessíveis no início dos anos 2000 e teriam influência importante nas prospecções sexuais realizadas no âmbito de salas de bate-papo. De toda forma, os anúncios acompanhados de imagens, ainda que fossem minoria nos classificados da *G Magazine*, contribuiriam para uma crescente familiarização da relação que viria a ser estabelecida entre imagens e autodescrições e/ou abordagens de cunho sexual nas TICs voltadas para homossexuais masculinos.

Enquanto a *G Magazine* circulou até 2013 e, durante parte significativa de sua vida útil, foi bem-sucedida financeiramente<sup>53</sup>, a coluna “Procurados” foi publicada apenas até o fim do ano 2000. Aferimos que, com a crescente popularização das mídias digitais, em especial a diversificação de salas de bate-papo e de softwares de mensagem instantânea, como ICQ, mIRC<sup>54</sup>, MSN Messenger e Skype, o serviço que visava promover contatos entre leitores através de correspondência comum rapidamente se tornou obsoleto.

---

<sup>53</sup> A *G Magazine* estreou com uma tiragem de 20 mil exemplares, em 1997, e teve o seu auge em 2005, com 180 mil cópias, em decorrência de ensaios nus de homens famosos. À época, este número era equivalente à metade das vendas médias da revista *Playboy*, especializada em ensaios nus de mulheres famosas. Mais informações em: < <https://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u50966.shtml>>. Acesso em 19 set. 2023.

<sup>54</sup> O mIRC, mensageiro do protocolo IRC (Internet Relay Chat), chegou ao Brasil em 1995 e disponibilizava, através de um software simples, salas de bate-papo semelhante às que portais nacionais como UOL e BOL lançaram no ano seguinte. Apenas dois entrevistados relataram terem usado a ferramenta, que chegou a ser bastante popular no país até o início dos 2000, quando softwares como o MSN Messenger gradualmente desestimularam o seu acesso.

### GM 157 - Amigos

Sou negro, tenho 33 anos, 1m60, 52 kg, simples, não afeminado, sincero e discreto. Estou à procura de um amigo, não afeminado, que goste de atletismo, música, viagem, natureza e inglês. Serão bem-vindas cartas de atletas, modelos, estudantes de inglês. Se possível foto na primeira carta.

*Lino, S. B. Campo, SP*

### GM 158 - Waiting for You

Procurando amizade ou... Sou negro, 22 anos, 54 kg, 1m65, ativo/passivo e adoro cultura geral. Procuo você do Brasil ou do exterior para curtirmos a vida sem medo, sendo o que somos e sendo felizes.

*Luís, Rio Preto, SP*

### GM 159 - Futuras Amizades

Sou moreno escuro, tenho 25 anos, 1m68, 68 kg, passivo, procuro rapaz ativo que goste de fazer novas amizades para quem sabe no futuro possamos nos conhecer pessoalmente. Gosto de praia e viagens. Cartas com foto, terão preferência na resposta.

*Luiz, Contagem, MG*

### GM 162 - Amantes da Natureza

Se você adora rios, cachoeiras e praias desertas, tem até 35 anos, é discreto, saudável, bem resolvido, com muito tesão para extra-



vasar, mas muito carinho para dar, escreva-me! Não para os sedentários, nem obesos, nem Apolo de academias. Cartas com foto. Sou mulato, 1m80, 75 kg, 29 anos

*Nando, Recife, PE*

### GM163 - Carinhosos

Estou à procura de jovens de 21 a 30 anos, ativos, de preferência pessoas carinhosas, românticas, para um relacionamento (quem sabe) sério. Tenho 23 anos, 1m68, 62 kg., branco. Se possível, foto na primeira carta.

*Júnior, São Paulo, SP*

### PARA ANUNCIAR

Envie seu anúncio de até 50 palavras junto a uma autorização de publicação e cópia do seu R.G. para

### G MAGAZINE PROCURADOS

Rua Pequetita, 145,  
2 and. CEP 04552-060,  
São Paulo, SP

Para receber as cartas diretamente, mande cópia do contrato de aluguel da sua caixa postal.

### PARA RESPONDER

Escreva a carta ao anunciante e coloque num envelope com o Código do Anúncio. Por exemplo. Feche o envelope e coloque o reme-

te. Coloque este envelope dentro de outro, junte dois selos e envie para:

### G MAGAZINE

GM (escreva aqui o número do anúncio)

Rua Pequetita, 145, 2 and. CEP 04552-060, São Paulo, SP

Figura 7 - Seção "Procurados", G Magazine, ano 1, nº 9, junho de 1998 - Acervo pessoal

No entanto, publicações posteriores, como a *Billy* (2003), da editora *SuiGeneris*, seguiram investindo na linha de mesclar ensaios nus e classificados na seção "Cadê você". Na *Billy*, havia ainda a tentativa de aproximar a revista impressa dos conteúdos pornográficos da Internet que, no início dos anos 2000, já circulavam com relativa facilidade, ao menos em relação a sites de imagens estáticas. Nesse sentido, a seção "Via Internet" exibia de uma série de imagens temáticas, em geral impressas com baixa

resolução, que eram extraídas de sites pornográficos internacionais, como o Gayamore.com. Tratava-se de uma alternativa de apresentação das possibilidades trazidas pela Internet para os leitores que ainda não haviam conseguido obter acesso à rede ou, em alguns casos, que ainda não haviam conseguido lograr de privacidade o suficiente para buscar por esse tipo de conteúdo, seja em razão do uso compartilhado de computadores domésticos ou do acesso restrito em *lan houses* ou na casa de parentes e amigos.

**TARADO** ●●●●●  
 ATIVO/PASSIVO, separado, não afeminado, másculo, 66kg, 37 anos, 1,70m., procuro homens discretos que curtam transa. Se for casado e ou, acima de 25 anos, melhor. Dou e exijo sigilo.  
*Tony*  
 Caixa Postal 152 – Maceió/AL  
 Cep. 57.020-970

**BI PASSIVO**  
 DESEJO FAZER contato com negros que tenham cacetes enormes e super grossos, adeptos da sodomia e sigilosos, para sexo e amizade duradoura. Tenho 33 anos, 1,62m, 48kg. Não à drogas, passivos, michês, baixaria e celular.  
*Fillype*  
 Caixa Postal 72605 – Fortaleza/CE  
 Cep 60.115-970

**PASSIVO CARENTE**  
 SOMENTE ATIVOS, de 25 a 40 anos, bem dotados (no tamanho e na grossura), com local para fazermos amizade e algo mais. Tenho 33 anos, 1,65m, 65kg, sou claro e somente passivo. Adoro sexo oral e faço com muito gosto. Carta comprovando "dote" com foto. Coloquem nome. Cx. Postal dividida.  
*Carlos*  
 Caixa Postal 3543 – Cariacica/ES  
 Cep. 29.145-970

**SÓ OS TARADOS**  
 PROCURO HOMENS bem dotados, acima de 20cm, para praticarmos muito sexo. Sou P/A e adoro sacanagem. Tenho 25 anos. Foto e fone.  
*Robert*  
 Caixa Postal 19227 – São Paulo/SP  
 Cep. 04.505-970

**PARA PARTICIPAR:**

- 1 Preencha corretamente o formulário (não serve xerox)
- 2 Anexe cópia do documento de identidade
- 3 Anexe cópia do recibo de locação de sua Caixa Postal (só serão publicados anúncios com Caixa Postal)
- 4 Se desejar publicar sua foto, assine-a no verso com a devida autorização
- 5 Envie seu anúncio para a Caixa Postal 70511, CEP. 22741-970, Rio de Janeiro, RJ
- 6 As solicitações incompletas serão desconsideradas
- 7 A publicação é totalmente gratuita

Nome completo: \_\_\_\_\_  
 Identidade (RG): \_\_\_\_\_  
 Endereço: \_\_\_\_\_  
 Bairro: \_\_\_\_\_ CEP: \_\_\_\_\_  
 Cidade: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_  
 Título: \_\_\_\_\_  
 Texto (até 30 palavras): \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Pseudônimo: \_\_\_\_\_ E-mail: \_\_\_\_\_  
 Caixa Postal: \_\_\_\_\_ Cidade/UF: \_\_\_\_\_ CEP: \_\_\_\_\_

Autorizo a publicação gratuita do meu anúncio na Revista Billy e declaro ser maior de 18 anos

Assinatura \_\_\_\_\_

Envie seu anúncio para a Caixa Postal 70511, CEP. 22741-970, Rio de Janeiro, RJ

Figura 8 – Anúncios e cupom para publicar anúncios da seção Cadê Você, da revista Billy, 2003.

A julgar pelos relatos compartilhados, nossos informantes não chegaram a publicar anúncios em periódicos ou a usar linhas eróticas para se comunicar com outros homens, mas acionaram ativamente as tecnologias disponíveis em sua época para atingir os mesmos propósitos, desde as salas de bate-papo aos aplicativos de encontro com tecnologia de geolocalização. No entanto, o seu repertório em termos de desejo e sociabilidades homoeróticas não denota

necessariamente um abismo geracional intransponível, podendo ser mais bem compreendido como um processo que apresenta uma série de continuidades e atualizações de sociabilidades anteriores, mas impactadas pelas transformações tecnossociais que sucederam, com algumas distinções importantes, mas com similaridades significativas. Pode-se dizer que esses processos foram intensificados e estão em outro patamar, assim como a ética do desejo empreendedora.

É possível pensar em determinados elementos da ética do desejo empreendedora que antecedem a sociedade de redes que passamos a vivenciar, gradualmente, desde ao menos a segunda metade dos anos 1990. Conforme considerado por Miskolci (2017a), uma série de elementos foram fundamentais na remodelação do desejo homossexual masculino ao longo do século XX, tais quais: as relações de continuidade e transformação que moldaram as homossexualidades contemporâneas desde a perseguição renovada à homossexualidade após a Segunda Guerra Mundial; a afirmação desejeante durante a Revolução Sexual a partir do final dos anos 1960; e as consequências do pânico sexual relacionado à aids entre os anos 1980 e 1990. Assim como impactaram o desejo homossexual, esses fatores também incidiram de maneira direta sobre o desenho da ética do desejo empreendedora como observada atualmente, como tentamos explicar a seguir.

Historicamente, as investidas amorosas e sexuais entre homens precisaram ser elaboradas e pensadas estrategicamente a partir de uma meticulosa autorregulação de visibilidade como forma de se evitar riscos, constrangimentos e ataques de diferentes ordens, especialmente física e social. Por essa razão, a discrição, os códigos secretos e os espaços segregados consistiam em elementos a que os homossexuais masculinos recorriam com frequência em suas buscas por parceiros. Precisar pensar nessas investidas implica também em considerar estratégias para ser o mais bem-sucedido possível e, preferencialmente, em uma tentativa única – o que poderia ser conquistado mediante o tipo de visual adotado, o estilo e o local de abordagem e mesmo a capacidade de antever, na medida do possível, se o interlocutor poderia reagir de maneira violenta a uma possível investida, fosse ela verbal ou

não verbal. Mais do que uma tentativa de evitar uma possível rejeição enquanto uma questão de autoestima, tratava-se de uma estratégia de prevenção de riscos que poderiam colocar em xeque a própria integridade física desses indivíduos.

Ao mesmo tempo, a ética do desejo empreendedora se embebe de uma cultura imagética homoerótica que antecede o tempo histórico de sua consolidação e disseminação. Não se pode desconsiderar o ideário masculino acionado pela indústria cultural ocidental, em especial a estadunidense, a partir da segunda metade do século XX, sobretudo em termos de corpos e comportamentos viris considerados modelares. Nesse sentido, a indústria da pornografia teve um papel fundamental para a sedimentação de um imaginário coletivo a respeito de uma ideia generalizada de como deveria ser um homem gay, especialmente em termos de sua aparência, comportamento e performance sexual. São questões que, invariavelmente, acionaram uma atmosfera de competitividade entre homossexuais e de busca por um padrão corporal e comportamental, muitas vezes inatingível, e que se encontram na base da ética do desejo empreendedora. Conforme argumenta Illouz (2019), a liberdade sexual e comportamental anunciada pela Revolução Sexual não esteve necessariamente associada a uma emancipação efetiva em relação aos preceitos do capitalismo, que, por sua vez, incorporou a ideia de liberdade disseminada por grupos políticos heterodissidentes dentro de suas diretrizes heteronormativas.

A aids interrompeu o que parecia ser um fluxo relativamente contínuo de conquistas acionadas pela Revolução Sexual, especialmente em termos de visibilidade, representatividade e conquistas de direitos para pessoas heterodissidentes. Com a insurgência da pandemia, cujo primeiro caso brasileiro foi confirmado em 1982, em São Paulo, esses indivíduos foram classificados como vetores de contaminação e ameaça grave ao tecido social. Conforme contextualiza Miskolci (2017a), na década de 1980, a associação entre a homossexualidade e infecções sexualmente transmissíveis produziu no país a autointitulada “geração saúde”, marcada pela prática de exercícios físicos e pelo ideal do corpo definido, com forte aderência midiática. Nas palavras de Miskolci (2017a), “o homem musculoso passou a ser chamado

popularmente de 'sarado' (leia-se sem aids), e alcançou um status modelar que se estende até nossos dias entre homossexuais”.

Na visão do autor, um novo imaginário epidemiológico sobre a homossexualidade foi consolidado nesse contexto, o que aprofundou a recusa ao “meio gay” e levou à necessidade de uma maior seleção de parceiros a partir do parâmetro de “fora do meio”, associada à crença de uma suposta não contaminação com o HIV. Portanto, “afirmar-se e buscar alguém fora do circuito de socialização homossexual era uma forma de se apresentar como supostamente melhor em termos morais e mais ‘puro’ em meio ao pânico sexual” (Miskolci, 2017a). De maneira mais ampla, podemos inferir que elementos associados à ética do desejo empreendedora já se manifestavam no contexto prévio à popularização da Internet, como a disseminação de estigmas sobre e entre homossexuais, a seletividade de parceiros e um ideal físico padronizado. Elementos que reiteram esta argumentação podem ser observados na perspectiva de Miskolci (2017a), que diagnostica o fortalecimento de redes relacionais homossexuais no contexto em questão:

O período mais mortal da epidemia pode – grosso modo – ser datado entre a disseminação de mortes a partir de meados da década de 1980 até a invenção do coquetel antirretroviral na segunda metade da década de 1990. Foi exatamente neste período que se deu a passagem de um incipiente circuito urbano mapeável nos grandes centros urbanos para uma notável expansão do segmento homossexual por todo o país pelas mídias, especialmente via Internet. Por meio comunicacional, deu-se uma disseminação dos ideais, fantasmas e aspirações gestados nos bairros gays norte-americanos e nos circuitos gays das grandes cidades brasileiras para o interior do país. O acesso massivo à sociabilidade homossexual, desde meados da década de 1990, já se deu em um novo circuito segmentado para um público com aspirações integracionistas, portanto movido por um desejo de inserção normalizada e convencional que torna a heterogeneidade social – quer seja de classe, gênero ou formas de marginalidade – algo desprezível, e para o público que busca, em um impulso de distinção social, se distanciar se não fisicamente, por meio de expressões de rechaço, as quais passaram a dominar seus perfis on-line assim como as definições daqueles que consideram seu parceiro ideal. (Miskolci, 2017a)

A ética do desejo empreendedora, portanto, não se trata da emergência de uma economia do desejo homossexual integralmente nova, mas se refere

antes à atualização e potencialização de estruturas dominantes anteriores, que, na era digital, encontraram recursos poderosos para se incorporarem ao tecido social. Nos termos de Miskolci (2017a, p. 222), as mídias digitais são meios que permitiram a criação de redes relacionais seletivas sob um mercado amoroso e sexual que remete à Revolução Sexual. Como o autor ressalta, mesmo em meio a diversas transformações, permanece o maior número de obstáculos para homossexuais socializarem e encontrarem parceiros em comparação a heterossexuais, o que denota uma maior necessidade de aderência a estratégias que visam à facilitação desses processos. Em pesquisa etnográfica com homens gays de uma geração anterior à de nossos informantes, Miskolci (2017a) observou que, entre os fatores que contribuíram para essa dificuldade, estavam o fato de homens, fossem homossexuais ou heterossexuais, serem educados para a predação sexual, a possibilidade de vulnerabilidade socioeconômica e os temores morais e de saúde em relação à aids.

A cultura homossexual hegemônica do país teve seu desenvolvimento associado ao movimento gay estadunidense dos anos 1960, que, na década de 1970, teve a cidade de São Francisco, na Califórnia, como seu principal centro de irradiação cultural. Em termos de referências estéticas, comportamentais e políticas, o movimento gay firmado na cidade em questão teria exercido influência importante sobre a cultura homossexual de outras localidades, inclusive no Brasil - desde a ideia de uma beleza homossexual idealizada até estilos de vida, hábitos de consumo e organização política. É interessante pensar em São Francisco como um vetor cultural estratégico porque esta mesma localidade foi submetida a um processo profundo de transformação vinculado à emergência de uma nova economia baseada em tecnologia, inovação e empreendedorismo, nos anos 1990, com a incorporação de *big techs* do Vale do Silício (Miskolci, 2017a).

É interessante pontuar que, conforme destacam Castells (2002) e Garlick (2011), as primeiras comunidades on-line que surgiram nas décadas de 1970 e 1980 em torno do Bulletin Board System (BBS), espécie de quadro de avisos digital, semelhante ao sistema francês Minitel, tiveram suas origens nos movimentos contraculturais e em estilos de vida alternativos que emergiram a

partir da Revolução sexual. Conforme ressaltou Castells (2002, p. 52), “um dos primeiros BBSs na área da baía de São Francisco era um sistema voltado para o sexo, o Kinky Komputer”, que “liderou uma forma florescente de prática on-line, tanto privada quanto comercial, por anos a fio”. Esse dado demonstra não apenas o entrelaçamento incontornável entre a tecnologia e a sexualidade, mas também a importância desempenhada pela cidade de São Francisco, em diferentes momentos históricos, na formulação de aparatos tecnológicos e imaginários sociais que contribuíram para a construção de um ecossistema de sociabilidades, vivências e estilos de vida homossexuais que foi amplamente incorporado, ainda que com modificações, por diferentes culturas e localidades.

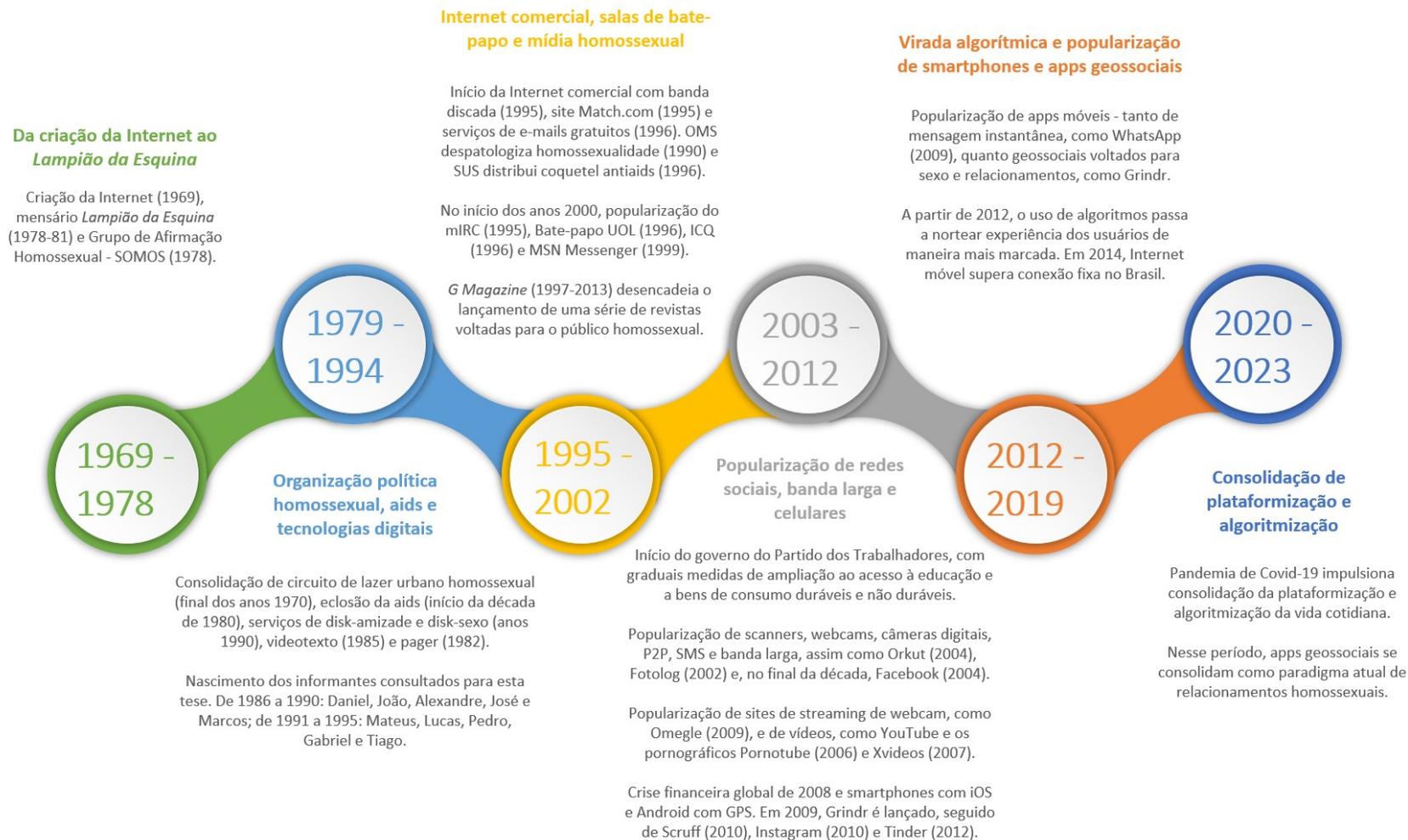
As mídias digitais voltadas para homossexuais desenvolvidas na Califórnia, em especial as tecnologias móveis, no final dos anos 2000, tendem a refletir as mudanças nas esferas da economia, da estrutura urbana (um deslocamento da contracultura à gentrificação) e da própria cultura homossexual identificada no estado norte-americano. Desta forma, conforme argumenta Miskolci (2017, p. 277), a emergência das plataformas digitais aos moldes estadunidenses disseminou as imagens hegemônicas de gays como homens brancos, musculosos e que têm passabilidade heterossexual, além de ter moldado a busca desejante on-line segundo padrões históricos desenvolvidos naquela realidade nacional. O autor classifica os aplicativos de encontro atuais como tecnologias subjetivo-corporais de gênero que produzem pedagogias de socialização que privilegiam e “premiam” uma performance associada a homens heterossexuais, brancos e viris. Acrescentamos, ainda, que esta tendência é expressa através da própria concepção das plataformas, de seu design, de suas funções e das possibilidades de abordagem e autoapresentação a que os usuários são induzidos a aderir para serem bem-sucedidos.

### 3.2 TRAJETÓRIAS TECNOSSOCIAIS NAS DÉCADAS DE 1990 E 2000

Para organizar o andamento das análises que seguem e como modo de situar o contexto ao qual os nossos informantes se inserem, produzimos uma linha do tempo extensa sobre os processos de mediatização e fatos técnicos, sociais e políticos que estão associados, direta ou indiretamente, à relação entre sociabilidades homossexuais e as TICs. A linha do tempo extensa pode

ser consultada ao fim desta tese, no [Anexo 2](#), sendo composta por cinco campos de classificação: ano; novidades técnicas; mudanças nas plataformas; interações midiáticas predominantes; e contexto político e social e marcos locais. A fim de ilustrar a discussão apresentada imediatamente a seguir, no entanto, desenvolvemos uma versão resumida da linha do tempo referida ([Quadro 2](#)), na página seguinte. O objetivo deste recurso visual é facilitar a compreensão do enquadramento histórico que o presente capítulo busca explorar a partir dos relatos dos informantes a respeito do cruzamento entre as suas trajetórias tecnossociais e o desenvolvimento das sociabilidades homoeróticas a que eles aderiram ao longo do tempo.

## Quadro 2 – Linha do tempo resumida



Como apresentado no [Quadro 2](#), classificamos as diferentes etapas do desenvolvimento tecnossocial associado às sociabilidades homossexuais digitais em seis períodos distintos: da criação da Internet, em 1969, ao lançamento do *Lampião da Esquina*, em 1978; a organização política homossexual, a eclosão da aids e o surgimento de tecnologias digitais incipientes, como videotexto e pager, entre 1979 e 1994; o início da comercialização da Internet, o surgimento de salas de bate-papo e de softwares de comunicação instantânea, o coquetel antiaids e a imprensa homossexual, entre 1995 e 2002; a ampliação do acesso à Internet no Brasil, a popularização de redes sociais e o lançamento dos primeiros aplicativos geossociais, entre 2003 e 2012; a virada algorítmica, a hegemonização da Internet móvel e a popularização de smartphones e aplicativos geossociais no Brasil, entre 2013 e 2019; e a consolidação da plataformização e da algoritmização como paradigmas tecnológicos dominantes, entre 2020 e 2023.

O período entre 2012 e 2019 é particularmente caro a esta pesquisa. Não apenas porque aquele consiste no momento de popularização mais ampla de smartphones, de planos de Internet móvel e usos de aplicativos geossociais, mas sobretudo em razão da chamada virada algorítmica. Esta diz respeito à transformação da experiência on-line dos indivíduos em um fluxo contínuo de consumo de informações e possibilidades moduladas por preferências e tendências que o próprio usuário delinea a partir de sua atuação on-line. Para Van Dijck (2016, p. 12), de 2012 em diante, a conectividade se transformou em um recurso valioso, uma vez que as informações consumidas on-line passaram a ser codificadas em algoritmos que possibilitaram formas mais lucrativas de sociabilidades. Nesse contexto, a interconexão de plataformas distintas resultou no surgimento de uma nova infraestrutura marcada por um ecossistema de mídias conectivas. A transformação de uma comunicação em rede para sociabilidades moduladas por plataformas, e de uma cultura participativa para uma cultura de conectividade, portanto, ocorreu neste ínterim.

Mudanças na busca por parceiros amorosos e sexuais, assim como no regime erótico homossexual masculino, emergiram nas últimas três décadas em associação a fatores diversos, como buscamos exemplificar nas linhas do tempo supracitadas. Ferreira (2017, p. 32) elenca uma série de elementos

historicamente significativos nesse sentido, ao exemplo do surgimento da aids, na década de 1980; a expansão da Internet comercial, nos anos 1990; o desenvolvimento de dispositivos móveis, especialmente smartphones, entre os anos 2000 e 2010; e o crescimento econômico ocorrido no país nesse mesmo período, impulsionado pelo aumento de acesso ao crédito e a bens de consumo duráveis e pela emergência das classes médias na economia, na esteira de políticas públicas mobilizadas pelos governos do Partido dos Trabalhadores. Na região Nordeste, em específico, o aumento dos índices econômicos e sociais decorrentes dessas iniciativas obteve maior ressonância do que em outras localidades do país<sup>55</sup>.

Foi nesse contexto histórico em que os nossos informantes iniciaram suas trajetórias tecnossociais, que, nesta pesquisa, têm como ponto de partida o início de seu acesso à Internet. É importante sinalizar que isso ocorreu em diferentes períodos para os informantes consultados, assim como o acesso a TICs específicas ao longo do tempo, o que implica em lacunas tecnossociais que refletem especificidades dos usos das tecnologias comunicacionais mobilizadas pelos informantes. As etapas dos avanços tecnológicos não foram vivenciadas pelos informantes de maneira homogênea ou simultânea em relação a outras partes do país ou do mundo, obedecendo antes a uma cronologia não linear intrinsecamente ligada às tendências, necessidades e possibilidades apresentadas no contexto local<sup>56</sup>. Ademais, é importante indicar que questões etárias, de classe social e de raça projetaram impacto relevante no delineamento do contexto local vivenciado coletiva e individualmente pelos informantes. Dessa forma, determinados dispositivos ou plataformas não chegaram a ser utilizados de maneira significativa pelos informantes, ou se popularizaram apenas muitos anos após o seu lançamento oficial.

Esse é o caso do ICQ, software de mensagens instantâneas lançado em 1996 que chegou a ser popular no Brasil entre os anos 1990 e 2000, especialmente na classe média sudestina, mas teve repercussão praticamente

---

<sup>55</sup> Ler <https://fpabramo.org.br/lulapelobrasil/2017/08/16/conheca-o-legado-do-pt-que-transformou-o-nordeste/>. Acesso em 11/04/2023.

<sup>56</sup> Informantes oriundos de zonas rurais, periféricas ou suburbanas tenderam a ter um acesso tardio à Internet, em geral a partir de visitas ou mudanças para o Recife. Já aqueles oriundos de bairros de classe média da capital tiveram acesso à Internet mais cedo, em geral em escolas, na própria residência ou na casa de amigos ou familiares mais abastados.

nula entre os informantes consultados. Em contrapartida, o MSN Messenger, lançado em 1999 e popularizado no país no início da década seguinte, foi mencionado pela maioria dos informantes como uma das principais TICs utilizadas por eles nos anos 2000, paralelamente a serviços de salas de bate-papo e redes sociais como o Orkut. O smartphone e as plataformas que este introduziria, lançados no fim dos anos 2000, só se tornariam uma realidade possível para a maioria dos informantes na segunda metade dos anos 2010, quando houve uma maior oferta de aparelhos desse tipo, assim como de planos de rede móvel, que, em 2014, ultrapassou a Internet fixa no Brasil.

Serviços de comunicação móvel por mensagem de texto também foram mencionados pelos informantes como um modo de contactar interlocutores desconhecidos antes da existência de smartphones e da popularização de pacotes de dados. O blah!, lançado em 2000 e associado à operadora Tim, foi pioneiro no segmento móvel. Além de oferecer jogos on-line, itens de customização como papéis de parede digitais e conteúdos noticiosos e variedades, o serviço possibilitava a comunicação entre usuários localizados em diferentes regiões. Foi nessa ferramenta que Lucas teve o primeiro contato com outros homossexuais remotamente, aos 12 anos: *“Era um tipo um chat via SMS. Era inclusive mais anônimo de certa forma, porque era tudo no celular. Aí quando eu peguei meu primeiro celular acho que foi a primeira vez que eu conversei com algum menino que se dizia gay”* (Entrevista de Lucas, 10/02/2020).

É importante sinalizar a diferença de idade entre os 10 informantes consultados. Como apresentado anteriormente, a seleção dos entrevistados foi determinada, além fato de serem usuários do Grindr e de morarem no Recife ou região metropolitana, por dois recortes de faixa etária estabelecidos pelo IBGE: de 25 a 29 anos e de 30 a 34 anos. No primeiro grupo, se enquadram Daniel, João, Alexandre, José e Marcos, nascidos entre os anos de 1986 e 1990. Já no segundo grupo, estão Mateus, Lucas, Pedro, Gabriel e Tiago, nascidos entre 1991 e 1995. Embora as idades dos informantes sejam relativamente próximas, as vivências narradas por eles apresentaram algumas distinções em relação ao uso de TICs, especialmente entre a adolescência e o início da vida adulta. No entanto, todos são supostamente nativos digitais, uma

vez que a Internet já era uma realidade relativamente presente no cotidiano desde o período da infância dos informantes, ainda que alguns tenham tido acesso à rede apenas na adolescência ou mesmo no início da vida adulta. Isso implica uma socialização modulada, em maior ou menor grau, pelas tecnologias digitais.

Em termos de busca por parceiros sexuais e/ou amorosos, o primeiro grupo tendeu a explorar mais etapas tecnológicas do que o segundo. Enquanto o primeiro grupo utilizou salas de bate-papo e redes sociais como o Orkut com maior intensidade, além de ter tido interesse em publicações como a *G Magazine*, cujo site foi mencionado em algumas entrevistas, o segundo, em geral, foi mais impactado pelo uso de redes sociais de vídeos e imagens como o Instagram, sites de *streaming* de vídeos pornográficos e aplicativos geossociais como o Grindr e o Tinder. Isso ocorreu de maneira mais marcada com os informantes mais jovens do segundo grupo, Mateus e Gabriel, nascidos em 1994 e 1995, respectivamente. No entanto, pode-se dizer que, diante do uso hegemônico dos aplicativos geossociais à época das entrevistas, as práticas tecnológicas dos informantes se encontravam razoavelmente alinhadas e tendiam a obedecer às dinâmicas do circuito de plataformas voltadas para encontros amorosos e sexuais que orbita em torno do Grindr e apps afins.

O recorte de classe dos informantes também consiste em um parâmetro relevante, uma vez que todos se enquadram nos estratos de classe média ou de classe média emergente. Daniel, Mateus, João, Pedro e Gabriel estão, em maior ou menor grau, situados na classe média desde a infância, o que significa que tiveram acesso à Internet mais cedo, entre o final da infância e o início da adolescência. Já Alexandre, José, Marcos, Lucas e Tiago tiveram, em geral, o acesso à Internet dificultado – à exceção de José, que teve melhores condições socioeconômicas do que os demais e conseguiu acessar a rede esporadicamente na casa de uma tia até se mudar para o Recife no final da adolescência. Em termos de regionalidade, variável que se entrelaça de maneira importante à de classe, os informantes oriundos de zonas rurais, periféricas ou suburbanas tenderam a ter um acesso tardio à Internet, em geral a partir de visitas ou mudanças para o Recife. Já aqueles oriundos de bairros

de classe média da capital tiveram acesso à Internet mais cedo, em geral em escolas, na própria residência ou na casa de amigos ou familiares mais abastados.

Em relação à escolaridade, no caso dos informantes de classe média, apenas Daniel não havia cursado o ensino superior, atuando, à época da entrevista, como empreendedor no ramo de confecção de roupas de nicho. Já em relação aos informantes de classe média emergente, o acesso ao ensino superior foi o que possibilitou uma ascensão socioeconômica mais significativa em relação aos seus pais. Destes informantes, apenas Lucas, artista, e Tiago, cozinheiro, não haviam cursado o ensino superior. Ambos filhos de empregadas domésticas, eles tiveram acesso tardio à Internet e se encontravam em uma situação socioeconômica mais vulnerável do que os demais, o que expõe, de certo modo, a irregularidade da ascensão socioeconômica associada aos governos do Partido dos Trabalhadores, a despeito de seu amplo impacto social.

O início do acesso dos informantes à Internet também registrou diferenças. Antes de se conectarem a partir de suas próprias casas, inicialmente com serviço de banda discada vinculada a uma linha telefônica e a um computador de mesa, a maioria frequentou *lan houses*, escolas e casas de parentes ou amigos mais abastados. Na maior parte dos casos, isso ocorreu relativamente cedo, entre 8 e 12 anos. Mas houve registros de inserções tardias, entre 16 e 18 anos, em razão de dificuldades socioeconômicas. Tiago, por exemplo, só teve acesso à Internet após adquirir um smartphone, aos 18 anos, com o primeiro salário como soldado do Exército, já com o objetivo de se corresponder com outros homens e consumir pornografia. Em contraste com Tiago, os informantes que tiveram acesso à rede mais cedo tiveram outros interesses on-line, antes de se engajarem na busca por conteúdo erótico e interlocutores com interesses sexuais ou amorosos em comum. Foram mencionados, por exemplo, jogos on-line, páginas de conhecimentos específicos (entretenimento, cultura pop e artes) e ferramentas para se comunicar com pessoas conhecidas, como familiares, vizinhos e colegas da escola.

### 3.2.1 Consumo de conteúdo erótico e pornográfico

O interesse em consumir conteúdo erótico e/ou pornográfico na Internet costumava ser acionado entre o fim da pré-adolescência e o início da adolescência dos informantes. Já o interesse em se comunicar com outros homossexuais ocorria, geralmente, na adolescência. Mais comuns do que plataformas de *streaming* ou *download* de vídeos, sites de imagens estáticas e contos eróticos eram conteúdos acessados com maior frequência devido às limitações tecnológicas da época. Inicialmente, mesmo quando os informantes já tinham alguma noção acerca da própria atração homoerótica que sentiam, a busca por pornografia costumava se voltar para conteúdos heterossexuais. Isso ocorria porque tendia a ser tácita a percepção de que uma eventual descoberta de um acesso a materiais homoeróticos poderia desencadear consequências severas, como agressões físicas e psicológicas por parte de colegas e familiares, além de um sentimento de “culpa” em decorrência da ideia de ser homossexual.

No início dos anos 2000, José lia as edições da revista *Playboy* que o irmão recebia na casa da família, no município de Paudalho, na Zona da Mata Norte do estado. Mas ao invés de se deter aos ensaios nus de mulheres pelos quais a publicação era conhecida, ele direcionava um olhar homoerótico às imagens de homens que ilustravam matérias e anúncios na revista. *“Volta e meia tinha uma coisa de boy [na revista], assim, sabe? De homem de sunga, entrevista... Até não necessariamente homoafetivas, assim, mas eu conseguia fantasiar alguma coisa nas conversas e tal.”* (Entrevista de José, 14/02/2020). Sem Internet em casa e com opções restritas na cidade interiorana, ele acessava a rede da casa de uma tia com mais recursos. Na pré-adolescência, já a par da *G Magazine*, que ele reconhecia da exposição em bancas de revista, José decidiu acessar o site da publicação. Sem saber que o acesso seria registrado no histórico de navegação, ele chegou a ser exposto pelo irmão para a família:

*Então, eu sempre fui muito medroso. Porque eu tinha medo de alguém descobrir, assim, oficialmente. [...] Na casa da minha tia eu entrava no [site da] G Magazine. Aí descobriram o histórico e eu não sabia que tinha que apagar. Meu irmão descobriu e falou pra minha tia. [...] Aí ela foi e disse: “você vai lá*

*apagar". Foi aí que eu descobri que tinha o histórico, aí eu entrei lá e apaguei (risos). Aí me bloqueei. Eu não conseguia mais entrar. Nem ir pra casa da minha tia eu ia mais. (Entrevista de José, 14/02/2020)*

Publicidades com homens *seminus* em mídias impressas e televisivas, que costumavam estar associadas à divulgação de marcas de roupas íntimas ou esportivas, também acionaram o interesse por explorações homoeróticas no âmbito da Internet no caso de Daniel. Este informante também demorou a consumir conteúdos audiovisuais pornográficos homossexuais devido às limitações tecnológicas da época, restringindo-se, em um primeiro momento, a sites de imagens estáticas. Com o desenvolvimento de programas de compartilhamento de arquivos *peer-to-peer* (P2P) como Kazaa e posteriormente Emule, no início dos anos 2000, o acesso a esse tipo de conteúdo foi facilitado, anos antes do domínio de sites de *streaming* de vídeos, conforme relatou:

*Não consumia pornô gay [quando comecei a acessar a Internet]. Até porque filme na Internet, nesse período, era mais complicado. Era mais foto mesmo. Tem um ator que eu lembro muito, que hoje faz Vikings. Foi uma das minhas primeiras grandes pesquisas na Internet. Ele era um modelo que tinha feito uma campanha pra Calvin Klein. Eu fui catar o nome dele, porque eu não queria só aquela foto da revista<sup>57</sup>. Era uma foto só de cueca, né? Isso em 2005, eu acho, por aí. Só que aí, aos poucos, começaram as possibilidades de você ver filme, ver vídeos na Internet. Naquela época era difícil. Eu acho que nunca baixei no Kazaa. No Kazaa, eu baixei mais música, mas vídeo pornográfico mesmo eu acho que já foi na época do Emule, né? (Entrevista de Daniel, 29/08/2019).*

Nenhum dos entrevistados relatou ter comprado filmes ou revistas eróticas e pornográficas em bancas de revista, o que não significa que não eles chegaram a consumir esses formatos de mídia. Em geral, eles não compraram

---

<sup>57</sup> A fala do entrevistado nos remete a uma integração a um circuito técnico-midiático expandido. Nesse caso, os sites de busca foram uma ferramenta para ampliar a experiência de desejo acionada primeiramente em uma campanha publicitária de uma marca de grife em uma revista, passando, em seguida, para sites que apresentassem informações e mais imagens sobre o ator em questão. A combinação de imagens de cunho erótico em circulação em mídias on-line e offline contribuíram para despertar o interesse do informante tanto na pornografia quanto nas relações homoeróticas, moldando os seus gostos, preferências e ideais de homoerotismo.

esses produtos por temerem represálias, uma vez que não tinham a idade indicada para adquirir essas mercadorias e temiam serem ridicularizados ou mesmo expostos pelos vendedores. No entanto, quase todos os informantes tiveram acesso a revistas ou filmes eróticos e pornográficos heterossexuais através de amigos ou familiares. De maneira análoga ao caso de José, que teve acesso a revistas *Playboy* em casa, Pedro encontrou fitas VHS e DVDs com filmes pornográficos em sua residência, no início dos anos 2000. Após ser exposto a esses materiais, ele decidiu buscar similares homoeróticos na Internet. Isso foi facilitado pelo fato de ele já possuir acesso à rede em casa e um computador próprio, condição que, em contraste com a grande maioria dos informantes, proporcionou a ele uma relativa sensação de segurança, ainda que temesse possíveis sanções caso fosse descoberto:

*Os pornôs héteros estavam pela casa, eram da família, de alguém da família. Nunca tive a cara de pau de comprar em banca. Eu acabava achando e acabava assistindo. Tudo escondido, nunca tinha identificação [nas fitas]. Ai, não sei, sei lá, eu via os pornôs héteros VHS, aí eu achava interessante os que tinham história, mas não necessariamente as situações. E aí um belo dia, do nada, não sei por quê, me veio na cabeça procurar “putaria” de macho [na Internet]. Aí fui, procurei, coração aqui na garganta, com medo de que alguém chegasse e visse e tal, só que aí quando eu terminei o processo – “bati” uma, né? [ato de masturbar-se] –, eu fiquei com aquilo, tipo, martelando na cabeça, e eu vi que aquilo me chamou muito mais a atenção. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

Os relatos de José, Daniel e Pedro sinalizam que a Internet gradualmente facilitou o consumo de conteúdos pornográficos diversificados, que antes eram restritos a acessos fortuitos a filmes e revistas que pertenciam a familiares ou colegas. Não apenas sites de busca e websites contribuíram para isso, entre o fim dos anos 1990 e o início dos anos 2000, mas também plataformas como salas de bate-papo, programas de compartilhamento de arquivos P2P e softwares de comunicação instantânea, como o MSN Messenger. Na segunda metade dos anos 2000, redes sociais como o Orkut também passariam a ser mobilizadas para este fim. Já na transição entre as décadas de 2000 e 2010, a crescente popularização de sites de *streaming* de

vídeos pornográficos, vinculada à ampliação de condições técnicas para o seu consumo, se tornou o paradigma dominante em termos de consumo de pornografia. Isso permanece até os dias atuais, mas com uma integração cada vez mais robusta entre esses sites e redes sociais, como o Twitter (atual X), e plataformas de conteúdo adulto, com protagonismo de criadores de conteúdos profissionais e amadores<sup>58</sup>.

Segundo mais jovem entre os informantes consultados, Mateus não chegou a explorar salas de bate-papo ou softwares de comunicação instantânea com a mesma assiduidade relatada pela maioria dos entrevistados, no início dos anos 2000, como abordaremos adiante. No fim dos anos 2000, as redes sociais foram a sua primeira incursão em termos de busca por parceiros, assim como no acesso inicial à pornografia, tópico sobre o qual nos detemos neste momento. Para ambos os fins, ele utilizou o Orkut<sup>59</sup>, rede social fundada em 2004, em associação ao Google, que teve alta popularidade no Brasil. No entanto, Mateus acessou o Orkut de maneira relativamente tardia, quando ainda utilizava a rede para manter contato com colegas e participar de comunidades de interesses em comum. O uso que Mateus fazia da ferramenta se limitava a isso, até o momento em que amigos sugeriram comunidades em que usuários compartilhavam links de vídeos pornográficos. Foi nesse momento que Mateus, que havia inclusive pulado a etapa mais previsível de acesso a esses conteúdos, que seria a procura em sites de busca como o Google, passou a consumir esse tipo de material.

*Porque apesar de, tipo, já tendo um pouco do conhecimento, de homoafetividade e tudo, porque realmente eu não compreendia de uma forma*

---

<sup>58</sup> Como será abordado no capítulo 6 desta tese, o smartphone era utilizado pelos informantes à época das entrevistas não apenas como veículo hegemônico de consumo de conteúdo erótico/pornográfico, mas também como ferramenta de produção de conteúdo pessoal dentro deste segmento, como nudes e vídeos. Esse conteúdo poderia atender tanto a envios privados para terceiros, especialmente através de aplicativos de encontro ou de mensagem instantânea, quanto para publicação em redes sociais nas quais eles mantinham perfis anônimos com teor sexual, sobretudo o Twitter (atual X) no sentido de divulgarem seus atributos físicos e sexuais e facilitarem o processo de prospecção de parceiros, além de obterem efeitos de reconhecimento social de ordem desejante por parte de seus pares.

<sup>59</sup> Adiante, nos deteremos nos relatos de informantes que utilizaram o Orkut desde o seu lançamento, em 2004, até o seu ápice no país, no fim dos anos 2000, para estabelecer comunicação com outros homossexuais. A rede foi mencionada neste momento de modo a dar continuidade à discussão sobre o início do consumo de pornografia dos informantes.

*geral. Acho que foi inclusive usando o Orkut, que uns amigos começaram a dizer “ah, se você procurar tipo ‘casais’, ‘sexo’, nos grupos do Orkut, você vai ver que tem pornô”. E foi nessa história de começar a ver pornô. Comecei a ver pornô bi, depois pornô gay, até entender como funcionava sexo. Não estavam sugerindo uma coisa gay, mas sim uma coisa hétero. Mas é aquela história, vou entrando, pesquisando, e vou conhecendo. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

O Orkut atingiu altos índices de popularidade no Brasil até o fim dos anos 2000<sup>60</sup>, quando entrou em gradual decadência até ser encerrado, em 2014. À época, redes concorrentes, como Facebook, Twitter (atual X) e Instagram, já haviam dominado o mercado com novos serviços e tornado o site obsoleto. Esse processo seria potencializado com a crescente oferta de aplicativos para dispositivos móveis. Com papel importante nas sociabilidades homoeróticas da geração investigada nesta tese como um todo, inclusive em termos de formulação de subjetividades compartilhadas, a rede social voltará a compor a análise na próxima seção. Por enquanto, cabe mencionar que Mateus, um dos informantes mais jovens consultados, era um adolescente quando passou a acessar o Orkut para os fins referidos. Por essa razão, ele não chegou a utilizar de maneira expressiva outras tecnologias às quais os outros informantes tiveram acesso anteriormente para o consumo de conteúdo homoerótico e a comunicação remota com homossexuais. No caso de Mateus, além do Orkut, a exploração erótica de plataformas abrangeu ainda sites de *streaming* de *webcam*, os quais ele costumava acessar sem exibir a própria imagem.

### **3.2.2 Comunicação com outros homossexuais e busca de parceiros**

Diferentes tipos de softwares de mensagem instantânea, sites de relacionamento, serviços de torpedos de celular, salas de bate-papo e sites de *streaming* de *webcam* com anônimos impactaram os informantes consultados, em menor ou maior grau. Isto é, o uso combinado e contínuo dessas tecnologias incidiu diretamente sobre o processo de produção de

---

<sup>60</sup> O Brasil foi o país que concentrou mais usuários do Orkut, com cerca de 34 milhões de usuários (55,5%), seguido da Índia, com 11 milhões (18,4%), e China (6,4%), com 4 milhões. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/alem-do-brasil-em-quais-outros-paises-o-orkut-foi-mais-popular-232720/>.

subjetividades desejantes e das próprias sociabilidades homoeróticas dos informantes, de modo que conduziram, ao longo de processos de midiaticização contínuos, a formulação desses indivíduos enquanto sujeitos desejantes diferenciados. Mais do que isso, os usos que os informantes fizeram dessas tecnologias potencializaram o seu gradual autoentendimento enquanto sujeitos homossexuais, tendo os auxiliado na descoberta de sua sexualidade e desejos. No entanto, ao mesmo tempo em que possibilitou esses processos, essas mesmas apropriações das tecnologias disponíveis estabeleceram parâmetros ambíguos para o desenho atual do desejo homossexual, o que abrange idealizações de estilos de vida, corporalidades e performance sexual, e que nos remete a aspectos fundamentais do que identificamos como uma ética do desejo empreendedora<sup>61</sup>.

Plataformas de bate-papo foram relevantes para todos os informantes, que as utilizaram como uma porta de entrada para a comunicação remota com outros homossexuais desde o final dos anos 1990 até os anos 2010. A maioria dos informantes as utilizou ao longo dos anos 2000, seguindo uma ordem relativamente cronológica da popularização das TICs no país. Já os informantes mais jovens, ou aqueles que tiveram acesso tardio à Internet, relataram terem-nas utilizado nos anos 2010, mesmo quando já havia outras plataformas mais modernas à disposição, como aplicativos geossociais. Enquanto os informantes mais velhos tenderam a acessar salas de bate-papo com maior assiduidade e por um período mais longo, aqueles que as utilizaram nos anos 2010, em geral, as compreendiam como um espaço de exploração inicial em relação ao desenvolvimento de sociabilidades homoeróticas, uma

---

<sup>61</sup> Informação compartilhada pelo professor Richard Miskolci em orientação para esta tese, em agosto de 2023. Na ocasião, Miskolci ressaltou que tais idealizações são inseparáveis da propaganda em seu sentido mais amplo, que está atrelada não apenas às mídias tradicionais, como a televisão e o cinema, mas também às dinâmicas de cunho comercial que são estabelecidas nas plataformas digitais. Para o autor, as idealizações homoeróticas que permeiam a ética do desejo empreendedora se associam diretamente ao aspecto radicalmente comercial atribuído à mediação disponível desde a hegemonia das redes sociais, por volta de 2012 e 2013. Nesse sentido, Miskolci estabeleceu uma comparação entre este paradigma digital dominante e a Internet pré-conectividade, nos termos de Van Dijck (2016), que era menos acessível à maioria da população, mas também tendia a ser mais sofisticada e exigia mais do usuário, além de permitir contatos de outra ordem, sem o imediatismo exacerbado estimulado pelas redes sociais atuais e aplicativos de encontro com tecnologia de geolocalização.

vez que eram acessíveis, geográfica e sexualmente segmentadas e “seguras” ao possibilitar o anonimato.



Figura 9 - Exemplo genérico de sala de bate-papo do UOL, nos anos 2000. Acervo Blog Explorando Geral.

Gabriel se enquadra em uma perspectiva de acesso mais tardio às TICs para fins sexuais e amorosos, tendo pulado, em questão de poucos meses, de salas de bate-papo para aplicativos geossociais. Embora tivesse tido acesso a todos os meios disponíveis para se conectar à Internet desde criança, foi apenas em 2012, aos 17 anos, que ele manifestou interesse em interagir remotamente com outros homossexuais. De acordo com o informante, em menos de seis meses ele foi das salas de bate-papo, o seu primeiro contato com o “meio gay”, aos aplicativos de encontro voltados para pegação: “*E acho que outubro, nos meus 17 anos, eu comecei a conversar com gente pelo Bate-papo UOL. Aí acho que foi em... em março. Pronto, em março, eu baixei o Grindr*” (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020). O caso de Gabriel é interessante na medida em que reafirma a importância do acesso exploratório das salas de bate-papo voltadas para homossexuais em diferentes épocas, ao mesmo tempo em que ilustra a suplantação do distanciamento cronológico entre tecnologias tecnicamente distintas e reitera o borrimento de fronteiras que buscam enquadrar determinadas TICs como “modernas” ou “obsoletas”.

Apesar da exceção atribuída a Gabriel, em termos de interações on-line com outros homossexuais, o percurso mais comum relatado pelos informantes mais velhos, ao longo dos anos 2000, costumava iniciar em salas de bate-papo e, posteriormente, em sites de redes sociais, como o Orkut. Após um contato inicial em alguma dessas plataformas, a conversa poderia progredir para softwares de comunicação instantânea, como o MSN Messenger, ou troca de mensagens via celular. Pedro, por exemplo, inicialmente conversou com outros homossexuais em uma sala de bate-papo voltada para a troca de imagens homoeróticas, estimulado pelo consumo incipiente de conteúdo erótico/pornográfico em websites. Como observado também nos depoimentos de outros informantes, esse aspecto levantado por ele ressalta a associação importante entre o consumo desse tipo de conteúdo e a busca de contatos amorosos ou sexuais no âmbito da experiência dos indivíduos consultados na Internet: *“Foi no bate-papo UOL, [na sala] Gay Imagens Eróticas. Começou assim, eu vendo pornôns on-line. Aí foi no bate-papo que eu comecei a interagir com pessoas – não eram mais só vídeos e imagens –, e daí foi indo pra outros meios, Orkut, MSN...”* (Entrevista de Pedro, 12/02/2020).

É importante sinalizar que, antes de passarem a entrar em contato com desconhecidos em busca de interações de cunho sexual, os informantes tendiam a estabelecer contato on-line comum com pessoas de seu convívio social via e-mail e programas de mensagem instantânea. Nenhum dos informantes chegou a usar o ICQ, programa criado em 1996 que foi consideravelmente popular até o início dos anos 2000 para as gerações imediatamente anteriores à deles ou em outras regiões do país. Já o MSN Messenger<sup>62</sup>, criado em 1999 e vinculado ao sistema operacional Windows, atingiu grande popularidade no início dos anos 2000, sendo quase uma unanimidade entre os informantes. Neste software, os informantes tendiam a centralizar os contatos mais frequentes ou com quem desenvolviam um grau de intimidade mais elevado, a partir de uma dinâmica de troca de mensagens quase sempre síncronas com textos, áudios, *streaming* de *webcam*, *emoticons*

---

<sup>62</sup> No início dos anos 2000, antes do surgimento de smartphones e de planos de créditos e dados mais acessíveis, o programa substituiu em grande parte as ligações telefônicas e, em certa medida, as mensagens de texto via celulares (SMS).

e links externos<sup>63</sup>. O programa também era utilizado para manter contato duradouro com pessoas que se conhecia em outras plataformas de uso recorrente, como o Bate-Papo UOL e o mlRC, marcadas pelo contato efêmero e pela possibilidade de se conhecer anônimos com interesses em comum, fossem esses amorosos, sexuais ou relativos à amizade.

Os encontros presenciais com outros rapazes, no entanto, não costumavam ser uma realidade para a maior parte dos informantes em suas incursões iniciais na Internet. As conversas com anônimos se davam mais no âmbito da curiosidade e exploração de seus desejos, ainda que avançassem para o MSN Messenger, que possibilitava um contato mais estável e sistemático com esses pares. Nos sites de bate-papo, fosse em salas sexualmente segmentadas ou em salas marcadas por outros interesses, como proximidade geográfica, já era comum para os informantes elaborar estratégias de identificação acerca de preferências sexuais com o intuito de otimizar os resultados almejados por eles, em se tratando de atrair interlocutores com interesses sexuais e amorosos compatíveis de maneira facilitada, conforme descreveu José: *“Eu ia pra casa da minha tia e virava a madrugada conversando com os meninos no Bate-Papo UOL. Eu tinha MSN e tal. Mas eu nunca marquei encontro, era só aquela coisa fantasiosa ali. Eu entrava numa sala de Recife, mas eu lembro que eu sinalizava que era H+H, alguma coisa assim, que era pra entender que era gay”* (Entrevista de José, 14/02/2020).

O MSN Messenger era compreendido pelos informantes como um software de comunicação mais privado, no qual os laços podiam ser estreitados entre os indivíduos após um contato inicial, tenha sido este realizado em outras plataformas digitais ou de maneira presencial. Os contatos na ferramenta não eram realizados de maneira aleatória e dependiam de um convite feito a partir de endereços de e-mails vinculados à Microsoft, que

---

<sup>63</sup> Larissa Pelúcio (2007), que apontou a popularização da ferramenta na primeira metade dos anos 2000, definiu a ferramenta da seguinte maneira: “um programa de *instant messaging*, isto é, conversa em tempo real, por meio do qual o usuário, depois de baixar o programa e abrir um e-mail, pode anexar outros usuários que também tenham o serviço e conversar com eles. As caixas de diálogo permitem que se visualize fotos, que se envie arquivos, que se convide integrantes para conversar numa mesma janela” (Pelúcio, 2007, p. 18). Em orientação para esta tese, em agosto de 2023, Miskolci comparou o software à versão do computador de mesa do WhatsApp, tanto no período em que a conexão via telefonia era hegemônica quanto no período de gradual popularização da conexão banda larga, na segunda metade dos anos 2000.

costumavam ser trocados após um contato inicial – ou prolongado, quando havia resistência em divulgar o e-mail por questões de segurança – em outras plataformas. A partir dos relatos dos informantes, aferimos que a função de centralizar contatos com interesses homoafetivos compatíveis atribuída ao MSN Messenger foi potencializada com o surgimento do site de rede social Orkut, uma das primeiras plataformas populares no país a demandar de seus usuários descrições de si mais complexas e diferenciadas e a possibilitar a interação de seus usuários em comunidades de interesses em comum.



Figura 10 - Caixa de diálogo privado e interface principal com lista de contatos do MSN Messenger, versão 7, no Windows XP. Acervo: Messenger Geek

Assim como outros informantes, ao longo dos anos 2000, José conheceu o primeiro namorado pelo Orkut. Para contatar outros rapazes, ele acessou a comunidade de frequentadores da boate Club Metrópole, um empreendimento importante para a promo o de sociabilidades homossexuais presenciais no Centro do Recife desde os anos 2000. Como ocorriam em outras comunidades de temática LGBT no Orkut, os t picos publicados na comunidade da boate recifense eram voltados para a socializa o de seus membros. Em um deles, havia um “jogo” em que se elogiava a última pessoa a deixar um comentário como modo de estimular o flerte entre os usuários, que encontravam naquele t pico uma lista de perfis para buscar parceiros em potencial. As buscas tendiam a ser afuniladas a partir da avalia o das fotos e descri es publicadas pelos usuários, bem como as comunidades a que eles se vinculavam, que eram indicativos prévios de possíveis afinidades e

suprimento de expectativas quanto ao que se esperava de um parceiro. Após o contato inicial no Orkut, a migração para o MSN Messenger costumava ser o passo seguinte para prolongar a interação e estreitar os laços pensando em uma possível relação homoafetiva.

Em contraste com os aplicativos de encontro voltados para “pegação”, como o Grindr, o objetivo tendia a ser mais relacionado à busca por parceiros fixos ou por amigos do que propriamente sexual. Isso ocorria porque as formas de se conhecer pessoas na Internet pré-conectividade comercial, que foi consolidada na década de 2010, costumavam ser em etapas. Antes dessa mudança, havia filtros e etapas até se chegar a um encontro presencial, o que, teoricamente, possibilitaria interações de maior profundidade<sup>64</sup>. A chegada de *apps* que cortam as etapas referidas, nesse sentido, simplificaria e encurtaria a comunicação e o conhecimento entre as pessoas. Dessa forma, a entrada à cena de aplicativos de encontro voltados para “pegação” teria estimulado uma lógica de eficiência neoliberal, induzindo ao imediato, ao sexual e inibindo ou dificultando os processos de trocas anteriores ao encontro face a face.

Natural de Paudalho, José só encontrou pessoalmente o namorado que conheceu no Orkut após um ano de contato assíduo pelo MSN Messenger, quando passou a frequentar o Centro do Recife diariamente em decorrência de um curso de pré-vestibular:

*Meu primeiro namorado eu conheci pelo MSN. E foi já essa conversa de Orkut e tal. Eu namorei dois anos. Foi pelo Orkut e depois MSN. A gente conversava pra caralho, assim. Acho que foi um ano. Aí, quando eu vim pra cá [de Paudalho para Recife], a gente se encontrou. Eu vim pra cá fazer pré-vestibular. Eu moro aqui há 10 anos, mas eu passei um ano fazendo pré-vestibular. Ia e voltava todos os dias com o ônibus da prefeitura. Às vezes, matava aula e ia para atrás do Shopping Boa Vista com ele, para bares gay. Foi lá que eu me encontrei com ele pessoalmente. (Entrevista de José, 14/02/2020)*

Da mesma forma que José, outros informantes relataram que as primeiras redes sociais a que tiveram acesso contribuíram para a uma inserção

---

<sup>64</sup> Informação compartilhada pelo professor Richard Miskolci em orientação para esta tese, em agosto de 2023.

a um circuito de lazer homossexual presencial. Esse circuito se concentrava na região central do Recife, em especial no bairro da Boa Vista, onde havia um maior número de boates, “cinemões”, saunas e bares voltados para este público nos anos 2000. O Orkut, o MSN Messenger e a rede social de imagens Fotolog foram plataformas que geraram uma articulação importante na integração de sociabilidades homoafetivas on-line e offline no início daquela década. A divulgação de espaços e eventos nas redes sociais passou a ser cada vez mais frequente, assim como a marcação de encontros nesses lugares com contatos on-line. O inverso também ocorria: a prolongação de contato com quem se conhecia presencialmente, através, sobretudo, da troca de contas do MSN.

Daniel também conheceu seu primeiro namorado no Orkut e adensou o contato com ele através do MSN Messenger. Foi esse parceiro que o apresentou ao “tal meio gay”, como se referiu ao circuito de lazer heterodissidente que se concentrava no bairro da Boa Vista. Um desses lugares era o Shopping Boa Vista, disposto no núcleo duro desse circuito, onde se podia flertar com outros rapazes em espaços de convivência, como a praça de alimentação, sem necessariamente ser associado de maneira inequívoca ao estigma da homossexualidade – o que tendia a ocorrer em outros espaços sexualmente segmentados, como boates, saunas e “cinemões”, caso o indivíduo fosse identificado por conhecidos. Daniel se valia de seu tempo no shopping para flertar com outros rapazes e trocar redes sociais com eles, de modo a prolongar o contato e prospectar futuros encontros ou relações. Nas palavras do informante: *“Era um lugar que você ia, pegava um lanche e ficava sentado olhando os boys passarem. Ficava naquela ‘raparigagem’ só. Eu conhecia um monte de gente. E na era do Orkut e do Fotolog, as coisas foram se moldando. Naquela época, eu não ia pra boate”* (Entrevista de Daniel, 29/08/2019).

Desde o início dos sites de redes sociais, houve uma integração importante entre o âmbito on-line e offline em termos de sociabilidades homossexuais. Dada a marginalização histórica associada a esse tipo de sociabilidade – já que, como os informantes relataram, não havia referências de pessoas assumidamente homossexuais na escola, na família ou na

vizinhança –, o Orkut foi o meio inicial através do qual eles puderam contatar outros homossexuais e acessar um circuito de lazer presencial não heterossexual. No caso de Daniel, a relação entre on-line e offline se tornou cada vez mais imbricada à medida em que ele se integrava a este circuito, onde conhecia mais homens gays e se associava a eles on-line, através do Orkut, do MSN e do Fotolog, constituindo e ampliando sua rede de sociabilidades homossexuais. Se os próprios aplicativos de encontro são buscados atualmente com o intuito fundamental de promover encontros presenciais, ainda que não se limitem a esse propósito, a imbricação entre esses campos constatada pelos relatos dos entrevistados reitera a noção de um circuito de lazer adulto híbrido, difuso e abrangente, assim como indissociável do continuum on-line e offline.

São elementos que se associam a uma ética do desejo empreendedora ainda em formação, entre os anos 1990 e 2000, e que seriam mais bem delimitados e intensificados com o advento dos aplicativos de encontro com tecnologia de geolocalização e com a pulverização de outras redes sociais utilizadas para o mesmo fim. Pode-se afirmar que se sentir desejável e aceito por seus pares tratava-se de um componente de reconhecimento caro aos informantes. Em termos históricos, os indivíduos vêm sendo impelidos a se apresentarem enquanto desejáveis e “consumíveis” de acordo com os parâmetros midiáticos estabelecidos ao menos desde o século 20, em especial após a Segunda Guerra Mundial, que foi um marco importante para a difusão de representações comerciais do desejo na mentalidade ocidental, conforme pontua Illouz (2019). Nesse sentido, o que tecnologias como sites de redes sociais e aplicativos de encontro promoveram foi a intensificação e a sistematização desse reconhecimento, ou da busca por esse reconhecimento, o que contribuiu para que, em termos do desejo afetivo-sexual, a ética do desejo empreendedora adquirisse uma envergadura sem precedentes históricos.

Conforme aferimos a partir dos relatos dos informantes, a prática de flerte presencial em espaços públicos, como descrita por Daniel, costumava ser mais frequente antes da popularização de smartphones e de aplicativos com tecnologia de geolocalização. Essas dinâmicas de flerte – que Perlongher

(2008 [1987]) classificava como derivas urbanas, a partir da articulação entre código, território e desejo – tendiam a estabelecer mais uma relação de equilíbrio e complementação com as tecnologias vigentes na época do que propriamente de substituição, como elucidada o caso de Daniel, que utilizava o seu tempo supostamente ocioso no shopping para prospectar parceiros em potencial através da troca de redes sociais. Como veremos adiante, as tecnologias atuais também não substituíram propriamente a busca presencial por parceiros amorosos e sexuais, mas alteraram a sua dinâmica de maneira significativa e, de certa forma, contribuem para reforçar o estigma de marginalidade que historicamente foi associado a essas abordagens e sociabilidades.

É importante sinalizar que uma parte dos informantes se restringiu a estabelecer contato com outros homossexuais apenas on-line ou através de encontros discretos, mesmo após completarem a maioridade. Em alguns casos, uma maior abertura para se vivenciar sociabilidades homossexuais presenciais passou a existir apenas após o “rito” de saída do armário<sup>65</sup> para amigos e familiares; em outros, este “rito” sequer foi concretizado e a discriminação sobre a identidade sexual e, conseqüentemente, as restrições quanto a essas sociabilidades estiveram atreladas ao fato de ainda dependerem financeira e/ou emocionalmente da família. No caso dos informantes que experienciaram a saída do armário no início da vida adulta, foi comum a integração gradual a um circuito de sociabilidade homossexual presencial de maneira tardia, pelo temor de serem reconhecidos em determinados espaços e de terem a sua identidade sexual exposta a amigos e familiares. Já no caso dos dependentes financeira ou emocionalmente da família, que não puderam assumir a sua identidade sexual publicamente, as sociabilidades homossexuais se limitaram desde sempre a encontros privados articulados via mídias digitais, que eram,

---

<sup>65</sup> Miskolci (2017a) define o armário da seguinte maneira: “uma forma de regulação da vida social de pessoas que se relacionam com outras do mesmo sexo, mas temem as conseqüências nas esferas familiar e pública. Ele se baseia no segredo, na ‘mentira’ e na vida dupla. Esta tríade constitui mecanismos de proteção que também aprisionam e legam conseqüências psíquicas e sociais àqueles que nele se escondem. Dividir-se em dois, manter uma fachada ilusória entre si mesmo e aqueles com quem convive, exige muito esforço e capacidade para suportar o medo de ser descoberto. O temor cria a necessidade de estar sempre alerta para sinais que denunciem sua intimidade e desejos, evitar lugares e pessoas que o associem a uma identidade temida, força para agir contra seus próprios sentimentos e manter o compromisso com a ordem social que o rejeita, controla e poda das mais variadas formas”.

em geral, ocasionais. Nesses casos, por vezes, a tecnologia se apresentou como o único meio que possibilitou se vivenciar a própria sexualidade e a homoafetividade em relação a outros rapazes, quase sempre sob a égide do segredo.

A noção de modulação de identidades e apresentações de si no ambiente on-line se fortaleceu com a popularização do Orkut e a necessidade de se preencher o perfil da plataforma da maneira mais completa e interessante possível. Os campos de respostas eram opcionais e abrangiam, além de informações pessoais como idade e data de nascimento, status de relacionamento, interesses relacionados à plataforma, orientação sexual, etnia, estilo de vida e um campo sem opções pré-determinadas que estimulava o usuário a responder “quem sou eu”, conforme apresenta a figura 4. Havia ainda uma imagem principal (avatar), álbum de fotos, espaço para depoimentos e recados de amigos e ranqueamentos feito por terceiros sobre três características que pareciam legitimar aquele indivíduo como alguém desejável para se adicionar à rede de contatos na plataforma: confiável, legal e sexy. Ainda era possível contabilizar quantos “fãs” aquele usuário somava, informação que era lida como mais um indicativo de aprovação social oferecido pela ferramenta.

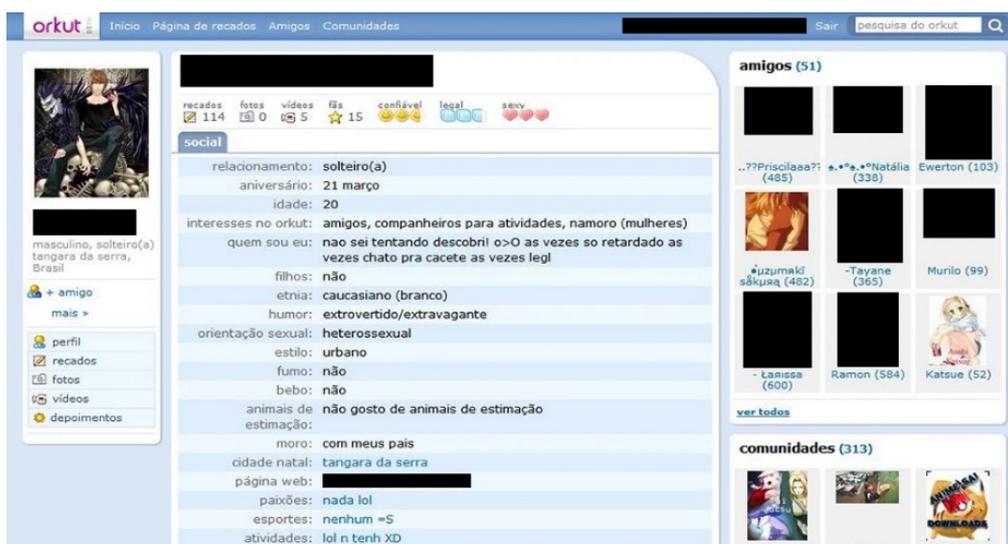


Figura 11 - Perfil comum do Orkut. Acervo Mundo Estranho/Editora Abril

Daniel, por exemplo, sentiu necessidade de modular sua identidade e as apresentações de si no Orkut de modo a atender a diferentes interesses. Artista visual ligado à cena gótica da cidade<sup>66</sup>, ele apresentava um visual “dark” nos circuitos sociais e profissionais que frequentava, com cabelos de coloração vibrante, roupas e maquiagem escuras e acessórios como brincos e piercings expostos ao longo do corpo. Ele percebeu, no entanto, que a persona gótica com a qual havia ficado conhecido e que se tornara a sua marca pessoal nas redes sociais não contribuía para que ele fosse desejado sexualmente. Por essa razão, ele decidiu manter três perfis no Orkut: um dedicado à sua persona artística, que reunia contatos que o interessavam profissionalmente; um segundo profissional, mas chamado por ele de “lixreira”, com usuários que ele não considerava relevantes; e um perfil de caráter pessoal, em que ele aparecia “desmontado” da persona artística e buscava flertar com outros rapazes que o interessavam em termos afetivos e sexuais. Embora gozasse de prestígio profissional, portanto, Daniel passou a sentir que estava “fracassando” em relação a ser desejado como um “homem”, conforme relatou:

*Meu visual era muito agressivo. Me montava trevosíssimo. [...] No perfil pessoal, eu conseguia falar com as pessoas. [...] Até uma bicha chegar e dizer: “Sabe aquele menino que tu tá a fim? Ele é isso aqui”, aí ia lá e mostrava o meu perfil gótico. Aí “cabou-se”. Lógico que, assim, se eu conhecesse a pessoa antes, não montado, não dava nada. Mas se a pessoa me visse primeiro montado, pra ficar, não ficava não. Não ia acontecer mais. Tinha gente que me via primeiro num lugar, montado, e se recusava a manter contato. Era meio louco. Por mais que eu fizesse sucesso [profissionalmente]... eu lembro até de um status que*

---

<sup>66</sup> Iniciada em meados dos anos 1980 e mais desenvolvida nos anos 1990 e início dos 2000, esta cena reunia jovens que compartilhavam interesses artísticos e de cunho filosófico ligado ao movimento gótico, em geral com referências estadunidenses e europeias, com influência da apropriação desse movimento feita, em geral, na cidade de São Paulo. No Recife, assim como na capital paulista, o estilo teve relativa associação com o movimento “emocore” na cidade, que, também baseado em artistas estrangeiros e de São Paulo, teve relevância sobretudo no início dos anos 2000. De acordo com artigo de Kátia Carvalho (2010), existiam grupos espalhados pelo Brasil, mas São Paulo tinha uma concentração mais expressiva de góticos e, conseqüentemente, de locais para os adeptos dessa cultura. Para Carvalho (2010), a cena gótica vista no Recife era diferente da paulista, na medida em que seria mais difícil encontrar os seus adeptos reunidos em locais específicos por eles se reunirem em festas e eventos esporádicos. Conforme pontuou Miskolci em orientação para esta tese, em agosto de 2023, culturas jovens se sucedem e, em geral, são mais aceitas socialmente como uma “fase” em que um estilo musical e de vestir ajuda a definir também circuitos de sociabilidade e mesmo de sexualidade.

*eu coloquei no MSN. Eu, arretado, um dia, coloquei assim: ‘Eu tô cansado que me vejam como um artigo excêntrico de luxo. Eu quero que me vejam como um homem’. Porque naquela época diziam que era incrível, mas pra dar close, pra tirar foto, pra um evento. Mas pra ficar, não.* (Entrevista de Daniel, 29/08/2019)

Anos depois, essa experiência de rejeição motivaria a adesão gradual de Daniel a uma persona hiperviril em aplicativos de encontro voltados para “pegação”. Ele foi um dos informantes que revelou ter estudado de maneira consciente o ambiente do aplicativo para escolher as fotos, descrições e abordagens mais adequadas para se apresentar enquanto um indivíduo desejável naqueles espaços e conseguir prospectar parceiros de maneira mais efetiva. De acordo com ele, manter a cabeça raspada – uma vez que ele afirmou não aceitar seu cabelo natural pós-químicas –, se integrar a rotinas de exercícios de musculação intensas e eventualmente se apresentar como um “predador sexual” em seus perfis foram algumas das estratégias supostamente bem-sucedidas que ele adotou para obter maior destaque nessas plataformas e conseguir a atenção de outros usuários.

Outros informantes também relataram ter mantido mais de um perfil no Orkut para prospectar parceiros em potencial. Mas, diferentemente de Daniel, que se alternava entre dois perfis profissionais e um pessoal, esses informantes se dividiam entre um perfil oficial, no qual se identificavam normalmente, e um outro perfil *fake*, em que assumiam uma outra identidade ou uma identidade anônima. A partir dos perfis falsos, eles obtinham confiança para agir livremente para flertar com outros homens e participar de comunidades privadas cujos usuários compartilhavam conteúdo pornográfico homossexual. Foi o caso de Pedro, que conheceu o primeiro namorado a partir de um perfil falso, e de Mateus, que o fez por temer ser identificado, conforme relatou:

*Na época do Orkut eu cheguei a ter um fake, mas era muito mais pra tipo, fazer um pouco do que eu queria sem que as pessoas soubessem que era eu. Então eu tinha fake basicamente pra conversar com outros homens gays, digamos assim, ou então pra ver pornografia. Era uma fonte de pornografia porque não tinha filtro. Depois que foi ter. Eram tipo os grupos do Facebook, só que o Orkut permitia postar fotos sem filtro. Então era o tipo da coisa, você acabava não*

*precisando acessar os links, você acessava dentro mesmo do Orkut. Não deixava rastros, só o do Orkut.* (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)

Antes da consolidação da Internet comercial, o que ocorreu de forma mais marcada a partir do fortalecimento de processos de algoritmização, de 2012 em diante, tendia a ser mais comum a prática de reservar diferentes estratégias de apresentação e sociabilidade para redes sociais específicas, ou perfis simultâneos em uma mesma rede social, mas atendendo a diferentes interesses, como Daniel, Pedro e Mateus relataram ter feito no Orkut. Perfis fakes ou anônimos, nesse sentido, eram estratégias recorrentes para regular a própria visibilidade nas plataformas e se sentir mais confortável para buscar por conteúdo homoerótico ou prospectar parceiros em potencial. Conforme pontuam Miskolci e Machado (2019), a Internet oligopolizada estimulou a unificação de perfis, uma vez que isso correspondia ao interesse comercial das plataformas de terem controle e poderem rastrear as pessoas criando perfis afeitos à propaganda direcionada e, politicamente, produzindo perfis psicométricos.

Como apontam Miskolci e Machado (2019), no contexto de um mercado de dados, o foco recai não sobre um sujeito “fragmentado”, anônimo ou oculto por pseudônimos, mas sim sobre um indivíduo que seja, na medida do possível, unificado, identificável, coeso, monitorável e previsível. Dessa forma, quanto maior a precisão alcançada, maior seria o potencial de extração de “valor de mercado” do cidadão-consumidor conectado. Por essa razão, nos últimos anos o epicentro da economia capitalista global tendeu a migrar para o mercado de informação, como evidenciado pelo fato de que as *big techs* ocupam as cinco primeiras posições das empresas mais valiosas do mundo. É importante ressaltar que, apesar da predominância da unificação de perfis nas redes sociais em geral, sobretudo aquelas pertencentes a uma mesma big tech, os circuitos de plataformas inseridas na prospecção de parceiros, especialmente para fins sexuais, tendem a uma apresentação fragmentada da personalidade e dos desejos do indivíduo, conforme discutimos no capítulo 4.

Esta segmentação racionalizada e complexa de perfis em diferentes plataformas ocorre em função das especificidades atribuídas a diferentes

aplicativos de encontro e tem como objetivo, no âmbito de uma ética do desejo empreendedora, possibilitar ao usuário o máximo de sucesso – e reconhecimento enquanto sujeito desejante desejável – possível. Apesar da hegemonia de *big techs* como o Google e a Meta, nas quais a unificação de perfis das redes sociais próprias dessas companhias é mais proeminente, é importante sinalizar que o capitalismo de plataformas estimula o uso do maior número de plataformas possível, microssegmentando as suas funções e estimulando, perante os indivíduos, diferentes expressões de suas identidades e subjetividades dentro de uma lógica empreendedora, sobretudo no que diz respeito à prospecção de parceiros amorosos e sexuais. Dessa forma, as estratégias de apresentação e sociabilidade em aplicativos deste segmento tendem a ser distintas, mas também podem ser estrategicamente combinadas em articulações entre as plataformas, se o usuário julgar mais apropriado para atingir os fins por ele pretendidos. Nesse sentido, não só é comum usar plataformas distintas de maneiras específicas e articuladas, como também é comum, no âmbito dos informantes consultados, a criação de múltiplos perfis (inclusive falsos) em uma mesma plataforma, como o Grindr, com o fim de prospectar parceiros ou de desenvolver esta expertise de forma acelerada.

Após um período relativamente longo de popularidade no país entre os anos 2000 e 2010, o Orkut perdeu espaço para outras redes sociais de maneira gradual, processo que foi acelerado pela crescente popularização de smartphones, no início dos anos 2010, e a consequente disponibilidade de outras redes sociais em formato de aplicativos para dispositivos móveis. Com layout e funcionalidades similares ao Orkut, o Facebook se tornou o sucessor “natural” da ferramenta no país. Mas isso ocorreu em um cenário já pulverizado em termos de opções de redes sociais, sob um crescente processo de plataformação desencadeado após a crise de 2008 (Cesarino, 2022). Se o Orkut ainda conseguia aglutinar múltiplas funções em um único site de rede social, os usos das plataformas passaram a ser articulados a partir das especialidades e especificidades de cada uma delas. Esse mecanismo privilegiou um ecossistema de redes mais elaborado e fragmentado, desenhado especialmente para dispositivos móveis, com a tendência de uso simultâneo de múltiplas redes sociais e aplicativos de encontros, além de

diversas outras plataformas com tecnologia de geolocalização desenvolvidas para finalidades diversas.

Um ano antes de ter uma versão em português voltada para o público brasileiro, o que ocorreu em 2007, o Facebook foi pioneiro ao introduzir a algoritmização do feed de notícias, que se tornaria a navegação padrão nas demais redes sociais. À época, ao invés do mural habitual do Orkut, que costumava exibir todas as postagens e atualizações feitas pela rede de contatos do usuário, o conteúdo do *news feed* passou a ser selecionado a partir de algoritmos. Se na Web 1.0 as postagens eram divididas em páginas sequenciais, que precisavam ser clicadas uma a uma para exibirem novos conteúdos, a mudança estrutural acionada pelo Facebook popularizou a chamada barra de rolagem infinita. Produzida por um algoritmo que dispõe na mesma página uma série de postagens relacionadas ao usuário e a seus contatos, essa ferramenta foi desenvolvida para reduzir o esforço do usuário de modo que ele permanecesse cada vez mais tempo conectado. Pode-se dizer, portanto, que esse elemento compôs uma série de inovações técnicas visando à implementação de arquiteturas algorítmicas na ordem da plataformização.

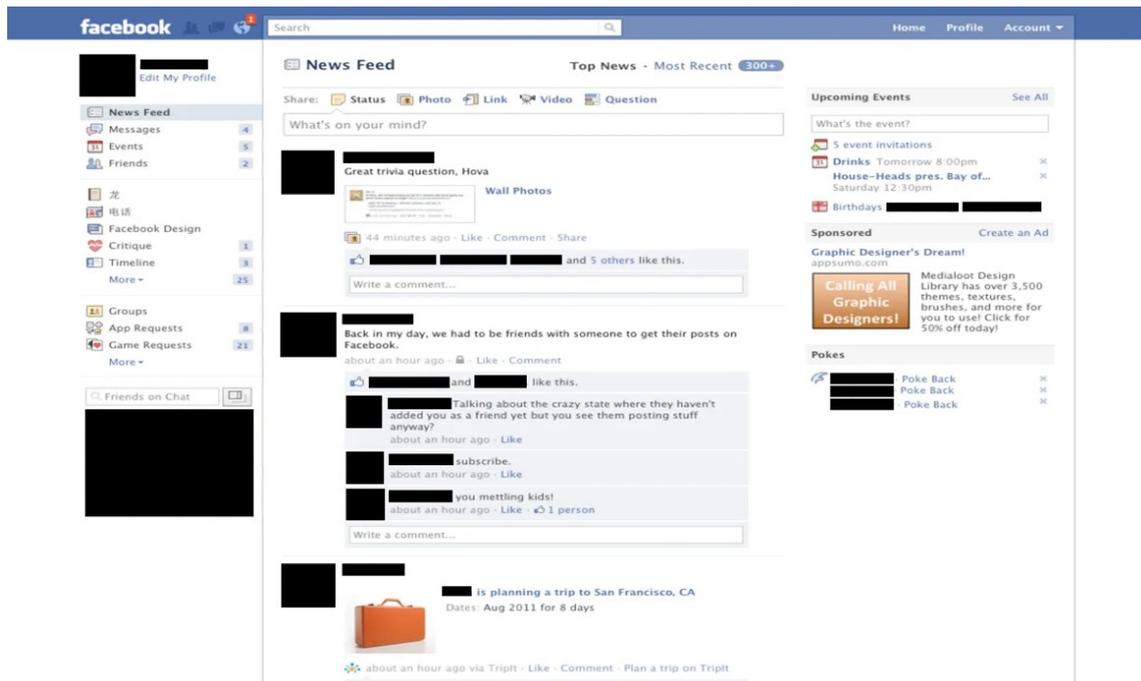


Figura 7 - Facebook em 2010, já com feed duplo com atualizações de outros usuários ("Most Recent" ou "Top News"), botão de curtir ("like") e cutucadas ("pokes"), que expressavam interesse amoroso ou sexual. Fonte: CNET.

Por parte dos informantes, houve um estranhamento inicial e o Facebook não foi aceito de imediato como um sucessor do Orkut. Ao menos, não para os fins que costumavam buscar na rede social anterior. Em uma época em que outras redes sociais pareciam mais atraentes, inclusive para prospectar parceiros em potencial, e em que os aplicativos de encontro começavam a se popularizar junto ao acesso mais amplo a *smartphones* e a planos de dados mais acessíveis, o Facebook tendeu a ser utilizado pelos informantes mais como uma plataforma informacional e profissional do que propriamente um ambiente para se buscar parceiros em potencial. Daniel, por exemplo, relatou que o Facebook lhe causou "mal-estar" pelo excesso de informações. Ele ainda definiu a rede social como um "esticadinho" do Orkut, mas sem o "boom das comunidades", que teriam um engajamento muito mais significativo e espontâneo do que veio a encontrar no Facebook em termos de sociabilidades homoeróticas<sup>67</sup>. A ideia geral defendida por Daniel e outros

<sup>67</sup> Na atualidade, grupos privados de Facebook vêm sendo explorados de maneira expressiva por homossexuais que buscam parceiros amorosos ou sexuais ou mesmo seguidores para outras redes sociais, como Twitter (atual X) e Instagram. Após o *boom* de produção de conteúdo erótico/pornográfico próprio no Twitter e da popularização de plataformas de conteúdo pago, no fim dos anos 2010, o uso do Facebook foi incorporado a essa dinâmica de caráter comercial, fosse para fins de engajamento digital em outras redes, remuneração

informantes é de que o Facebook teria mais filtros e restrições que limitariam a fluidez desse tipo de empreendimento, portanto, não teria “utilidade”. Isso se alinha à ideia de que o Facebook teria suplantado as dinâmicas mais orgânicas atribuídas ao Orkut a partir de seu poderio econômico, tendo criado um processo de simplificação dos contatos, uma relativa “despolitização” dos usos da plataforma e maior uso das imagens<sup>68</sup>.

Sites de *streaming* de *webcam* como o Omegle e o Chaturbate, popularizados no início dos anos 2010, também foram mencionados como plataformas importantes para a exploração erótica dos informantes mais jovens. Conversas com *webcams* não eram exatamente uma novidade à época, já que esses aparelhos haviam se popularizado na década anterior e sido explorados tanto em salas de bate-papo quanto em softwares de comunicação instantânea, como o MSN Messenger e o Skype. No entanto, os sites de *streaming* de *webcam* passaram a conectar usuários anônimos em busca de contatos sexuais de maneira aleatória e instantânea, tendo contribuído para a profissionalização de serviços pagos de strip-tease e sexo ao vivo no âmbito das plataformas.

Mateus, um dos informantes mais jovens, até chegou a explorar timidamente salas de bate-papo convencionais, no início dos anos 2010, quando estas não já eram mais tão populares como na década anterior, mas usou com mais assiduidade o recurso dos sites de streaming de webcam, embora sequer tivesse uma webcam à época. Para não ser identificado, e como forma de testar a percepção e aceitação de seus interlocutores, ele costumava assumir uma identidade feminina para interagir sexualmente com outros homens – o que, de certa maneira, era uma forma de testar os limites de seu desejo e de seu próprio empreendedorismo sexual digital frente aos seus interlocutores, como sugeriu:

---

financeira ou busca de parceiros. Nas entrevistas, esses grupos foram mencionados apenas lateralmente, como no caso de Lucas, que compartilhava nudes com frequentadores de uma festa clubber da cidade.

<sup>68</sup> Informação compartilhada pelo professor Richard Miskolci em orientação para esta tese, em agosto de 2023.

Ainda adolescente eu tentei usar salas de bate-papo, só que eu ainda tinha muito medo. Eu não tinha webcam, não tinha absolutamente nada, mas é aquela história... tinha curiosidade de ver, de ver as pessoas fazendo e tudo, então você acabava usando esses sites, tipo o Omegle, o Chaturbate. Fica uma pessoa aleatória na sala, se você não quiser, você sai da sala e parte pra outra. Comecei realmente com intenção de conversa sem ser sexual, mas fui descobrindo também que existiam salas pra gays e tudo, e tipo, comecei a me interessar. Mas realmente não conseguia usar muito ativamente, até porque como eu tinha muito medo, não sabia quem tava ali do outro lado... sempre na minha cabeça era alguém que eu conhecia. Então, assim, até na época do Omegle e do Orkut, eu não lembro a idade que eu tinha, mas eu assumi até uma identidade feminina, que era justamente porque eu queria, sei lá, eu não usava câmera nem nada, mas pelo chat eu ficava imaginando realmente que os caras tavam 'batendo' uma pra mim, isso e aquilo, com conversas sexuais e me tratando como se eu fosse uma mulher. E aí depois disso, já com 18 anos, 18, 19, foi aí que um amigo começou a me apresentar o Grindr, e aí foi realmente quando eu comecei a usar os aplicativos mais dedicados a isso. Eu só fui me aceitar justamente nesse momento. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)

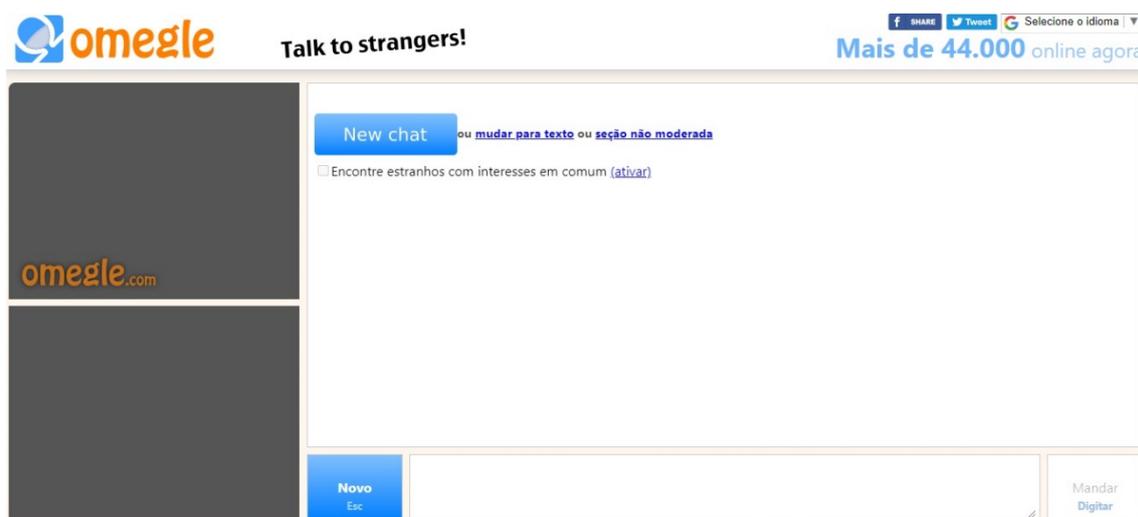


Figura 93 - Tela de interação em vídeo e texto do Omegle. Fonte: Tecnomundo.

Não houve relatos por parte dos informantes quanto a hábitos de compartilhamento de *nudes* ou imagens sensuais de si em plataformas anteriores aos aplicativos de encontro com tecnologia de geolocalização. Esse fato se deve às limitações tecnológicas da época, mas também ao acesso relativamente restrito a câmeras fotográficas digitais, *webcams* e *scanners* para os informantes consultados. Antes dos aplicativos referidos, havia uma predominância textual nas interações com objetivos sexuais e amorosos entre homens, ainda que a questão da imagem e ideários referentes ao corpo já estivessem presentes e tivessem importância significativa nas práticas de sociabilidade homoeróticas, conforme pontuam Morelli e Pereira (2018). Aventamos que, até a popularização de smartphones e de aplicativos geossociais, a questão da imagem sexualizada de si tenha tido uma maior centralidade para a geração de homossexuais imediatamente anterior à analisada nesta tese, uma vez que, no mesmo período, eram mais velhos e gozavam de maior autonomia financeira para adquirir produtos e serviços com o objetivo de compartilhar imagens de si sensuais nas plataformas que acessavam, fosse a compra de equipamentos como câmeras e scanners ou os custos de revelação de filmes fotográficos. Ainda que câmeras digitais tenham sido relativamente acessíveis nos anos 2000, não houve relatos da produção de *nudes* com esses equipamentos por parte dos informantes consultados.

Nesse sentido, Morelli e Pereira (2018) consideram que o advento do *scanner* e da *webcam* – no que ainda acrescentaríamos as câmeras fotográficas digitais – potencializaram a questão da imagem como um elemento central para o estabelecimento das interações hegemônicas entre homossexuais nas mídias digitais. Os autores argumentam que a imagem “passou a ser um critério imperativo, ainda mais em plataformas em que se buscam possíveis parcerias sexuais e afetivas”, dentro das quais “mais do que considerar apenas o que está escrito, a imagem passa a ser o elemento crucial para a atração ou distração de possíveis parceiros/as” (Morelli e Pereira, 2018, p. 192). No caso dos entrevistados, ainda que o consumo de conteúdos homoeróticos fosse uma constante nos anos 2000, a produção de imagens eróticas de si passou a ser frequente apenas após a popularização dos aplicativos geossociais. Os informantes apontaram que o acesso a tecnologias

como *scanners* e *webcams* foi limitado e/ou desigual, sendo mais palpável apenas na segunda metade dos anos 2000, com a popularização desses equipamentos. Dessa forma, um acesso mais amplo à produção e à reprodução de imagens, fossem estas próprias ou não, ocorreu de maneira mais efetiva apenas após a popularização dos celulares com câmera e, posteriormente, dos smartphones, no início dos anos 2010.

A constituição de ecossistemas de redes voltados para fins homoeróticos, que aqui entendemos como o braço on-line de um circuito de lazer adulto híbrido, passou gradualmente a ter como alicerces principais os aplicativos de encontro voltados para “pegação” e “namoro”, como Grindr e Tinder. No entanto, para funcionar da forma mais eficiente possível e abranger mais possibilidades de encontros e experiências, outras plataformas foram incorporadas pelos usuários ao braço digital desse circuito, como Instagram, Twitter (atual X) e WhatsApp. Isso ocorreu com a pulverização “intuitiva” da ação dos usuários a partir das especificidades atribuídas a cada rede, tendo em vista a conquista de seus objetivos enquanto sujeitos desejantes empreendedores. A navegação simultânea entre diferentes plataformas em circuito, a concepção “espontânea” de um roteiro cultural voltado para sexo e as estratégias adotadas pelos informantes em cada ambiente midiático serão exploradas no capítulo 4.

Ao analisar esses marcos tecnológicos, torna-se evidente que tanto a geração estudada nesta tese como a anterior, investigada por Miskolci (2017a), testemunharam transformações significativas no cenário tecnossocial. Nascida ao longo dos anos 1970 e no início dos anos 1980, a geração de homossexuais a que Miskolci (2017a) joga luz vivenciou um período pré-Internet de forma mais significativa, o que lhes permitiu observar as mudanças que culminaram na consolidação da rede como um campo comercial, eventualmente oligopolizado e instrumentalizado como um aparato do empreendedorismo em uma sociedade capitalista em constante evolução. Essa reflexão sugere que os chamados nativos digitais podem ter uma percepção, possivelmente equivocada, de um desenvolvimento tecnológico contínuo e progressivo, com um repertório ligeiramente mais limitado para avaliar as complexidades e

nuances inerentes ao processo de consolidação da Internet enquanto um campo comercial, sujeito a dinâmicas econômicas e sociais em constante mutação.

### 3.3 UMA SOCIALIZAÇÃO MARCADA PELO PRECONCEITO CONTRA A HOMOSSEXUALIDADE

Quando eram crianças ou adolescentes, todos os informantes já haviam sido submetidos a situações de preconceito relacionadas à sexualidade e à expressão de gênero, sobretudo no âmbito familiar ou escolar. A noção de que práticas e comportamentos não reconhecidos como heterossexuais eram condenáveis e passíveis de punição foi incorporada por esses indivíduos em diversas esferas da vida, inclusive a tecnossocial. Essa percepção seguiu tendo impacto na vida adulta dos informantes, o que se expressou também em relação ao uso de tecnologias posteriores, como aplicativos de encontro. Expressões como “perigo”, “castigo”, “proibido” e “medo” foram mobilizadas com recorrência pelos informantes nos relatos sobre suas trajetórias tecnossociais que envolviam o acesso a redes sociais, sites de conteúdo homoerótico e salas de bate-papo voltada para homossexuais. Muitas vezes, o anonimato ou a criação de perfis falsos consistiam nas únicas possibilidades relativamente seguras para se navegar em determinadas plataformas e manter contato com outros homossexuais, ainda que o foco fosse meramente conhecer amigos com interesses em comum.

Os termos que os informantes relacionaram à própria experiência enquanto homossexuais no âmbito da sociedade evocam o funcionamento do dispositivo da sexualidade descrito por Foucault (2005), que o compreendia como um conjunto de práticas, normas, discursos e instituições que influenciam e regulam a expressão da sexualidade de modo a normatizá-la. Isto é, não apenas leis e regulamentos formais, mas também as atitudes e crenças culturais que moldam a maneira como as pessoas vivenciam e se relacionam com a sua própria sexualidade e com a dos outros. Dessa forma, a partir do estabelecimento de determinadas verdades e valores morais, o dispositivo regula o que deve ser praticado e expressado em termos da sexualidade, interferindo de maneira importante na formação das subjetividades e nas percepções acerca dos prazeres e do corpo. Nesse sentido, instituições como

a escola e a Igreja constituem mediadores sociais de construção e circulação das expressões de subjetividades relativas à sexualidade.

A partir dos relatos coletados, a infância, sobretudo, mas também a adolescência, foram descritas como períodos atravessados frontalmente por práticas, discursos e sociabilidades de caráter opressor em relação à homossexualidade, advindos da família, da escola, da Igreja, do Estado e da mídia. As situações de opressão de caráter homofóbico relatadas pelos usuários partiram dessas instâncias, em especial a família e a escola, que tendiam a reproduzir representações midiáticas negativas sobre a homossexualidade. Daniel, por exemplo, sofreu pressão para ser heterossexual desde cedo. Isso ocorreu especialmente por parte de seu pai, que era homossexual e temia ser visto como uma “má influência” para o filho.

Conforme relatou o informante, ele sempre foi incentivado para ser heterossexual: *“quando eu era pirralhinho, eu dava uma pintazinha, e isso contribuía para essa pressão. Uma vez meu tio me disse que era pra eu parar de me movimentar daquele jeito porque eu tava parecendo com um menino que a galera identificava como gay na vizinhança”* (Entrevista de Daniel, 29/08/2019). Na fase de descoberta sexual, essa pressão fez com que Daniel se vigiasse até em pensamento para incorporar atitudes heterossexuais, razão pela qual ele se revezava entre consumir pornografia hétero e homossexual, de modo a não se sentir culpado ou envergonhado pelo fato de se sentir atraído pelo sexo masculino.

Em parte das entrevistas, a escola foi frequentemente evocada como um ambiente de socialização marcado pela intolerância a vivências heterodissidentes. Alexandre cresceu acostumado a ouvir piadas sobre ser afeminado, razão pela qual desde a adolescência passou a modular voz e gestos para ser lido socialmente como heterossexual: *“Tive que adotar uma postura mais masculina e tal, na escola mesmo”* (Entrevista de Alexandre, 14/02/2020). O relato de José também aponta a escola como um ambiente de “aprendizado” e naturalização do preconceito contra homossexuais, o que, segundo ele, seria mais realçado no interior do estado: *“Eu só consegui me relacionar com outros homens quando vim pra Recife, porque no interior não rolava de jeito nenhum. Foi lá onde eu tive mais essa questão do preconceito,*

*de apontar dedo, bichinha, pintosa. Eu sempre sofri bullying na escola”* (Entrevista de José, 14/02/2020).

Único entre os informantes que não se considerou “assumido” publicamente quanto à homossexualidade, Tiago, morador de Ponte dos Carvalhos, no Cabo de Santo Agostinho, só passou a aventar a possibilidade de se relacionar com outros homens após completar 18 anos. Isso ocorreu quando ele entrou para o Exército e, com o primeiro salário, adquiriu um telefone celular simples com o qual passou a acessar aplicativos de mensagem de texto para se comunicar com outros homens (*“Era mais SMS, ligação. Aí depois foi inovando e foi começando a vir esses smartphones e aí fui trocando e... fui conhecendo esse caminho”*, contou). Foi também no Exército que ele, aos poucos, naturalizou a própria homossexualidade, após estabelecer contato com outros soldados que sentiam atração por homens. Ele chegou a se relacionar oito anos com um colega que, fora daquele espaço, mantinha uma vida heterossexual estabelecida, assim como ele. No entanto, o relacionamento terminou pelo fato de nenhum deles desejar assumir a homossexualidade publicamente.

*Eu fui criado no esquema “casa, escola e igreja”. Eu vim conhecer o mundo quando eu entrei no quartel, com 18 para 19 anos. [...] O desejo de sair de casa me fez querer entrar no quartel. Meu pai e minha mãe me prendiam muito. Até meus 18 anos eu não tinha o pensamento de ficar com outro cara, até o quartel. Meu pensamento era normal, de ter minha namorada, que eu cheguei a namorar dois anos. [...] Como eu não sou assumido publicamente, eu me vejo numa situação não favorável no momento. Porque, como meu pai é daquelas pessoas bem arcaicas, e não aceita de jeito nenhum... até só de falar em questão de homossexual perto dele, ele não aceita, não admite. Minha mãe, eu acredito que ela já desconfie de alguma coisa. Eles já são separados, mas minha mãe... a mãe entende mais o lado do filho. Já meu pai, não. Ele não aceita de jeito nenhum.* (Entrevista de Tiago, 03/03/2020)

Em função do medo expresso em relação a uma possível reação negativa por parte de seu pai, o que ele reiterou algumas vezes ao longo da entrevista, Tiago optou por não assumir publicamente relacionamentos com

outros homens. Dessa forma, apenas sai com outros homossexuais secretamente, quando está no Recife, onde trabalha como cozinheiro em um estabelecimento cujo gerente o conheceu e o contratou através do Grindr. Um dos medos relatados por Tiago em se assumir para a família é ser expulso de casa e ser destituído do convívio familiar, além de temer “decepcionar” o genitor, com quem expressou ter uma dependência emocional importante.

O temor de Tiago em relação a ser expulso de casa e de ser excluído dos círculos familiares se concretizou no caso de Mateus, cujos pais não aceitaram que ele se relacionasse com um outro rapaz, que conheceu no Tinder. Oriundo de uma família católica tradicional da classe média do Recife, Mateus relatou ter convivido com uma pressão sistemática para ser mais “masculino” desde a infância. Não conseguindo se comportar de maneira “hétero” o suficiente, conforme cobravam dele, ele sempre teve uma relação difícil com os pais. No seu relato, ele associou mais de uma vez a suposta falta de afeto de seus pais ao seu interesse de conhecer outras pessoas a partir de redes sociais e aplicativos de encontro:

*Na situação atual, que eu vejo que tá existindo certa carência do meu lado, é uma forma de lidar um pouco com as questões porque eu fui expulso de casa. Eu vim de uma situação de falta de amor, então eu acabo sendo mais afetuoso com as pessoas que eu conheço, com meus amigos e tudo. Acaba sendo, os aplicativos de uma forma geral de comunicação, eles acabam ajudando, sei lá, “tô meio agoniado aqui, então vou mandar uma mensagem pro meu amigo”, eu vou chamar alguém pra conversar, sabe? Então tem essa vantagem. [...] Nesse momento da minha vida, [o que me motiva a usar aplicativos de encontro] é um pouco de carência afetiva, que por ter todo esse rolê com meus pais e tal. Eu acho que acaba influenciando muito, sabe? [...] Eu ainda parto de um lugar que eu sou muito tímido com pessoas que eu não conheço, ou conheço muito pouco. Então acaba que o escudo que o aplicativo gera é muito melhor pra ter esse momento de conversar antes e levemente conhecer a pessoa antes de realmente acontecer alguma coisa. Então, seja realmente, tipo, você parar, conversar, ter algum tipo de amizade, ou realmente só sexo. Então eu acho que, assim, acaba sendo mais fácil de eu lidar. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

Em decorrência de características associadas à homossexualidade, não foram raros ao longo das entrevistas relatos de escassez de reconhecimento social por parte da família, da vizinhança e da escola, o que desencadeava ambientes de não acolhimento e não pertencimento, marcados por medo e pela crescente percepção de que o segredo e a assimilação de uma heterossexualidade compulsória constituiriam uma estratégia mais segura para se lidar com essas questões. Na perspectiva de Honneth (2009), que associa a obtenção de reconhecimento social às esferas do amor e cuidado na infância, da justiça moral e das relações solidárias, isso contribuiria para engendrar uma ampla violação da integridade do respeito e da estima que constituem a experiência de reconhecimento social dos indivíduos. Não apenas o reconhecimento social de ordem desejante de viés afetivo, mas também o reconhecimento social de modo mais amplo, que corresponde à aceitação social e ao acolhimento e afeto familiares, também tendeu a ser negado a essas pessoas justamente pela não aceitação, delas e dos outros, acerca de sua identidade sexual. Dessa forma, o empreendedorismo pessoal em relação ao afeto e sobretudo ao sexo, por meio das mídias digitais, se tornou gradualmente um atalho para a maioria dos informantes terem condições de obter acesso de maneira facilitada e relativamente autônoma a algum tipo de reconhecimento social, especialmente o de ordem desejante relacionado ao sexo, que tende a ser obtido de forma mais rápida e prática pelos informantes nas mídias digitais.

### 3.4 DESCOBERTA DA SEXUALIDADE VIA MÍDIAS DIGITAIS

Em termos gerais, os informantes também relataram que o acesso à Internet foi um vetor importante para a descoberta, exploração e entendimento de sua homossexualidade. Isso ocorreu especialmente a partir do acesso facilitado a imagens e vídeos de viés homoerótico e do contato empreendido com outros indivíduos homossexuais via mídias digitais, alguns com os quais eles chegaram a se relacionar de maneira on-line e/ou offline e que foram relevantes em suas trajetórias afetivo-sexuais e em sua formação enquanto sujeitos homossexuais. O acesso à Internet também possibilitou uma inserção maior dos informantes em circuitos de lazer segmentados presenciais. Mais do que isso, a Internet possibilitou uma integração gradual a um circuito híbrido

que abrangia atividades, vivências e a partilha de símbolos, códigos e sociabilidades homossexuais entrelaçadas entre os âmbitos on-line e offline. Esses circuitos em específico serão abordados mais detalhadamente no capítulo 5.

Em relação à descoberta da sexualidade, uma questão que atravessou parte dos informantes foi a possibilidade de desenvolvimento de preferências relativas ao desejo e práticas sexuais, ao exemplo de fetiches, e a modulação da busca por parceiros a partir desses interesses. Mateus, por exemplo, relatou que a diversidade de usuários disponíveis nos aplicativos de encontro supostamente teria contribuído para que ele mudasse o seu horizonte de desejo em relação a outros homens, para além de arquétipos corporais e comportamentais associados à masculinidade heteronormativa que consumia em filmes pornográficos. O informante compartilhou ainda que, ao ter ampliado o escopo de seu desejo, ele teria desenvolvido uma suposta “repulsa” aos usuários ditos padrões. Segundo ele, estes o interpelavam em busca de explorá-lo à procura de maconha – em decorrência do emoji de planta que colocara em seu perfil – e não com interesses sexuais ou amorosos propriamente ditos<sup>69</sup>.

*Eu acho que não foi só com o uso dos aplicativos, mas percebi que teve uma mudança grande em relação ao desejo. Acho que, como eu uso aplicativo há um bom time, minhas primeiras experiências seguiam muito aquela linha de sentir desejo pelo que eu estava vendo de filme pornô, que era minha referência quanto a relações sexuais. E aí quando comecei a usar o aplicativo, que comecei a ter noção melhor das pessoas, vi que meu gosto ficou mais abrangente. Só que uma coisa que eu percebo é que também, ao mesmo tempo que se torna mais abrangente, certos grupos que eu tinha mais desejo no começo, mais padrão e tal, comecei a sentir uma repulsa maior. Porque*

---

<sup>69</sup> O episódio narrado por Mateus está em consonância com a nossa compreensão de que a ética do desejo empreendedora impele os sujeitos a buscar contatos para suprir interesses pessoais. Nesse caso em específico, determinados interlocutores expressaram interesse em obter a maconha do entrevistado, mas não necessariamente em manter conversas ou marcar um encontro de ordem sexual e/ou amorosa. O informante percebeu essa tendência e, com o tempo, criou uma certa repulsa a esses usuários (homens considerados padrões) que o buscavam interessados não especificamente nele, mas em algo que ele poderia oferecer a eles, fosse a droga ou sexo casual impessoal.

*comecei a notar que, assim, talvez não existia um desejo real de ter algum tipo de contato e conversa, sabe? [...] Acho que meu gosto passou a se ampliar quando comecei a observar mais as pessoas. Principalmente no uso dos aplicativos, pela facilidade de ter contato, que não necessariamente estavam nos mesmos grupos que eu, então acabou se expandindo. Agora teve alguns grupos também que eu criei uma certa aversão. Tanto as pessoas que seguem um padrão, que acho que existe muito uma situação de, como eu tinha falado antes, de acontecer críticas quanto a mim mesmo, sabe? Tipo, da pessoa realmente ser escrota e vir falar “ah, porque você é gordo, porque isso, porque aquilo, não sei o quê”, são essas pessoas que eu tenho evitado. Tanto como também porque eu vejo que talvez justamente por essa situação de eu não estar no grupo de desejo deles, se torna mais fácil a situação de vir me pedir coisas, como maconha e tal. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

Já Pedro descobriu que tinha preferência por homens gordos em uma sala de bate-papo voltada para homens gays, o que o motivou a buscar conteúdos eróticos dentro desse segmento e, mais tarde, ajustar os filtros de aplicativos de encontro para encontrar indivíduos que correspondessem a essa característica em específico. O fato de ser magro, por vezes, é narrado pelo informante como um empecilho no âmbito de suas investidas amorosas e sexuais, uma vez que, conforme relatou, parte significativa dos homens gordos por quem ele teria interesse sentiriam atração exclusiva por semelhantes. Além disso, o peso informado pelos usuários em aplicativos de encontro é um dos parâmetros utilizados por ele para mensurar se um indivíduo seria atraente ou não:

*Foi no bate-papo UOL que eu percebi que eu gostava de gordos. Porque alguém postava fotos dos machos, aí eu: “ah, legal...”. Aí alguém postou uma foto de gordo, de urso<sup>70</sup>, e eu parei. Aquilo realmente me chamou a atenção. Eu falei: “cara, manda mais, manda mais”. Ele começou a mandar e eu falei: “é esse o meu rolê”. [...] Tiveram algumas pessoas que eu conheci pelo Orkut. Aí pegava MSN, ia conversar, marcava um encontro. Aí tinha nessa vibe, só que aí sempre eu tentando ir para os gordos, para os ursos. [...] Ontem mesmo teve*

---

<sup>70</sup> Referente à comunidade de homossexuais “ursos” ou, no inglês, “bears”, que têm como características físicas serem peludos e gordos.

*um que eu fui falar no aplicativo, porque eu olhei o peso dele, o peso dele acho que tava 90 kg, aí eu: “gente, deve ser gordo”. [...] Aí ele pegou e disse que não sabia se era gordo e eu falei que só podia opinar se eu visse. Aí ele mandou uma foto de sunga e ele não era [gordo], ele era parrudo. Aí eu: “poxa... você é lindo, mas realmente você não é gordo”. Aí ele: “pois é, falou”. Pronto. Não tive problema com essa interação, de forma nenhuma. Porque ele foi direto, eu fui direto, a gente foi prático, não senti nenhuma aversão, nenhuma animosidade, de forma nenhuma. Foi literalmente “tu não é meu tipo”, “poxa, vida que segue”. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

No caso de Pedro, ter adquirido consciência da especificidade de seu desejo em relação a homens gordos contribuiu para que ele pudesse ser objetivo e prático em suas incursões de busca por parceiros e assim otimizar suas prospecções, como ele salientou. O relato de Lucas também corrobora para uma percepção de que o acesso a mídias digitais contribuiu de maneira frontal para descobertas semelhantes. No caso deste informante, foi mencionada a descoberta de fetiches associados a práticas sexuais dissidentes, em especial a subcultura BDSM (Bondage, Disciplina, Dominação, Submissão, Sadismo, Masoquismo), cuja estética *leather* se associa amplamente à cultura homossexual estadunidense dos anos 1960 e 1970, sobretudo em São Francisco. A Internet também colaborou para que Lucas acessasse outras narrativas sobre a homossexualidade masculina para além das que circulavam nos meios midiáticos tradicionais, nos anos 1990 e 2000, em geral reduzidas a estereótipos cômicos ou a históricas trágicas que sugeriam um viés punitivo:

*Nós somos de uma geração em que a imagem do homossexual na mídia não era tão difundida. Hoje você tem quinze milhões de séries que tem personagens gays fazendo coisas normais. E naquela época não tinha. Ou era desgraça, ou era um romance muito meloso. Não tinha personagem gay normal. Acho que eu buscava encontrar uma pessoa que parecesse comigo, gay, que estuda, sai com os amigos, gosta de filmes tal, etc. Acho que a Internet me ajudava nisso. Em relação ao desejo, acho que ajudou no sentido de entender que o fetiche, se interessar por BDSM, não era uma coisa*

*esquisita. Era natural, que muita gente fazia, e não tinha problema de procurar vídeo e relato sobre isso. Eu acho que a gente passou por um período meio transicional, de tipo coisas relacionados a gays eram muito escondidas, e aí nos anos 1990 começou a se tornar mais... normal, até chegar no que é hoje, que não é exatamente aceito, mas você consegue dar um rolê enquanto pessoa gay abertamente e talvez não morrer.* (Entrevista de Lucas, 10/02/2020)

Para além da questão de descoberta de fetiches, o relato de Lucas enfatiza o impacto da Internet sobre os regimes de representação em circulação no escopo da mídia tradicional. Durante a infância e a adolescência do informante, entre os anos 1990 e 2000, havia uma limitação severa em relação ao imaginário em torno dos indivíduos LGBT. Se não chegava a haver uma ausência completa de pessoas heterodissidentes na mídia, a retratação desses indivíduos tendia a ser circunscrita a caricaturas trágicas, hiperromânticas ou cômicas, especialmente sobre homossexuais e pessoas trans e travestis. Lucas, no entanto, manifestou o desejo de ver outros homens gays fazendo coisas “comuns”, como ele mesmo no dia a dia, e não necessariamente associados a arquétipos de uma certa identidade construída midiaticamente de maneira pejorativa ou caricata. Nesse contexto, a Internet foi mobilizada por este informante enquanto um instrumento de busca por novas ideias de representação que, de certa forma, o contemplassem.

Em relação à descoberta de fetiches e práticas sexuais desviantes, José e Marcos compartilharam relatos semelhantes ao de Lucas. Na visão de ambos, a Internet consistiu em um vetor importante para que tivessem acesso a outras possibilidades de práticas sexuais e fetiches, de modo que modularam sua identidade sexual em grande medida a partir do conteúdo que consumiam e dos contatos que estabeleciam via mídias digitais. Morador de Paudalho, município do Interior de Pernambuco, José ampliou a percepção acerca de sua própria homossexualidade e dos limites de seu desejo ao explorar sites de conteúdos homoeróticos e ao se conectar com outros homens gays em bate-papos:

*A Internet ajudou bastante [na descoberta da sexualidade]. Pronto, por exemplo, de conversar no bate-papo da UOL, de estar na Internet lá no interior,*

*de uma coisa que eu não conseguia fazer cara a cara, então foi ali que eu fui conseguindo soltar. Até questão de fetiche, de desejo, porque como tava na Internet, era ninguém por ninguém. Então eu lembro que eu falava o que queria falar, conversava sobre tudo, safadeza e tal. Era bem interessante. (Entrevista de José, 14/02/2020)*

Marcos não considera que a Internet tenha contribuído para a descoberta de sua homossexualidade, mas afirma que foi fundamental para a exploração das possibilidades de seu desejo e de práticas sexuais que provavelmente não descobriria ou ao menos não viria a incorporar enquanto um desejo pessoal de outra forma. Para ele, era importante que seus interlocutores estivessem necessariamente distantes fisicamente, de preferência em outros países, para que ele se sentisse mais “seguro” e não houvesse a possibilidade de ser exposto nos círculos sociais que transitava. Marcos também afirmou que as pessoas de fora do estado e, especialmente, do país seriam mais “avançadas” sexualmente do que as pessoas situadas na mesma realidade em que ele vivia, no bairro de Peixinhos, na periferia de Olinda, e mesmo nos circuitos de lazer presenciais que frequentava no Centro do Recife.

*A Internet não ajudou na descoberta da minha sexualidade, mas de outras coisas. A exploração sexual, de você se explorar sexualmente, aí me ajudou. Você se conhecer melhor, conhecer seu corpo, conhecer coisas sexuais diferentes, explorar, expandir a mente sexual, entendeu? Pra você não ter pudor mesmo, pra você ter uma visão diferente do sexo. [...] A Internet só me ajudou a expandir. Expandir, um bukkake, um ménage<sup>71</sup>. Essa exploração que eu digo, de modalidades, de você abrir a mente pro sexo, ao todo, não ficar apenas no sexo tradicional, no homem/homem, mulher/mulher, aquele sexo bem banal, bem casual mesmo. Nunca tive muita paciência pra “jogo”. Era mais bate-papo, de preferência [com pessoas] de fora. Nunca gostei daqui. Sempre longe. Porque dava segurança. Pela época, entendeu? De conversar com pessoas de outros países que tinham uma sexualidade semelhante, que*

---

<sup>71</sup> Os termos se referem a modalidades de sexo grupal. Enquanto *bukkake* diz respeito à ejaculação de múltiplos parceiros sobre o rosto de um outro parceiro, *ménage* faz referência à modalidade de sexo grupal de forma mais genérica, podendo envolver três ou mais participantes.

*tinham gostos diferentes no sexo, fetiches diferentes, que eu sempre curti muito realizar fetiches. Ser explorado dessa maneira, entendeu? E realizar fetiches alheios, por mais estranhos que sejam.* (Entrevista de Marcos, 17/02/2020)

Nesse sentido, o contato remoto com homossexuais de outros estados e países possibilitado pelo acesso a salas de bate-papo e sites de redes sociais permitiu que Marcos desenvolvesse de maneira mais fluida o seu próprio entendimento acerca de sua homossexualidade. De certa maneira, esse acesso também contribuiu para uma idealização de identidades e práticas sexuais que remetiam a pessoas e culturas “de fora”, onde ele provavelmente encontraria homens inseridos física, cultural e sexualmente em um padrão midiático homossexual associado aos Estados Unidos e à Europa. Marcos atribui a preferência por homens de outras localidades à suposta “mentalidade sexual primitiva” do Recife, na qual os indivíduos se limitariam a papéis e práticas sexuais definidos: *“Você tem que ter um rótulo: ou você é ativo ou você é passivo, você não é versátil, entendeu? Você não é pan, você não é bissexual, você é algo reprimido, sabe? Tentam arrumar rótulos pra justificar a sexualidade. Sexualidade não se justifica, sexualidade se vive”* (Entrevista de Marcos, 17/02/2020). Na visão do informante, as cidades de São Paulo, Brasília e Belo Horizonte seriam exemplos das alegadas poucas localidades nacionais em que haveria liberdade e maturidade sexuais “avançadas” o suficiente.

Os elementos investigados até aqui acerca do papel do acesso à Internet na descoberta da sexualidade dos informantes também podem ser lidos como componentes importantes na formação da identidade desses indivíduos. Isso ocorre desde a preferência expressada por homens com determinadas características físicas ou culturais, como gordos ou estrangeiros, até a aderência a práticas sexuais específicas, como o BDSM. Também integram esse processo de formação identitária determinados estilos de vida, visuais e comportamentos a que os informantes tiveram acesso, ou ao menos um maior contato, via mídias digitais. Por vezes, os perfis de redes sociais e aplicativos de encontro eram utilizados como “laboratórios identitários”, no

sentido de que os informantes elaboravam e testavam mudanças físicas e comportamentais que viriam a aderir com mais propriedade na vida offline. No caso de Pedro, cabelos coloridos, vestuários de couro e a estética de desenhos japoneses foram elementos que modularam sua identidade primeiro nas mídias digitais e posteriormente na vida offline, na qual era constantemente reprimido pela família em razão dessas escolhas, que, de certa maneira, sublinhavam a sua homossexualidade.

Ao mesmo tempo em que constituem um suposto meio de formação de identidades autênticas, as mídias digitais podem atuar como um meio de supressão deliberada ou de adaptação das identidades. Esse processo tende a ser impulsionado pela ética do desejo empreendedora, uma vez que o indivíduo tende a se moldar aos imperativos dessa ética de modo a obter resultados mais efetivos em suas incursões amorosas ou sexuais. Esses elementos aparecem na maior parte dos relatos dos informantes em relação a eles mesmos, mas de forma indireta, uma vez que eles não chegam a admitir um impacto radical desses elementos em suas atitudes e autorrepresentações, inclusive como maneira de reivindicar uma agência mais autônoma em relação aos imperativos atribuídos a essa ética. No relato de Mateus, um exemplo considerado por ele como “extremo” é descrito como tendo sido vivenciado por um amigo:

*Eu conheço pessoas que mudaram drasticamente o estilo de vida porque começaram a perceber que “ah, porque os boyzinhos que eu quero em tal aplicativo não me querem, então eu vou começar a fazer jeitos de eles me quererem”. Especificamente, eu tenho um amigo que desde a época em que eu conheci ele, ele foi bastante afeminado, gordinho e se vestia, digamos assim, bem o poc fashion, de shortinho, camisa de tela, etc. Ele começou a ouvir: “tá, você até é legal, interessante e tal, mas eu não fico com você porque você é afeminado, você é gordo”. Então realmente começou a listar os problemas que ele teria. Como ele queria ter relações com esse tipo de pessoa, ele começou a se obrigar a mudar. Hoje em dia ele tem uma postura mais... masculina. Até o modo de falar dele mudou, o modo de pentear cabelo, tudo que você imaginar. Aí começou a entrar na academia, fazer dieta, pra emagrecer e tudo. Primeiro*

*ele disse que era por saúde, depois disse que era por causa de boy. Os amigos se preocuparam com a situação, mas você vê que ele entende como se ele estivesse conquistando aquilo que ele queria. Então ele não vê problema nisso, de estar destruindo pedaços do que ele construiu de identidade para suprir esse desejo dele e de outras pessoas. Então assim, esse é um caso mais extremo, mas são vários tipos de pessoas que, sabe... começaram a querer a adotar perfis pra poder aprender a interagir sexualmente com pessoas dentro desses aplicativos. Pronto, por exemplo, um amigo meu que é uma pessoa que toda a vida foi absolutamente carinhoso em relação à postura sexual, sabe? E quando começou a querer assumir certos perfis, perfis não, personas, dentro dos aplicativos, e começou a ver que o tipo de boy dele eram os que curtiam mais dominação, isso e aquilo. (...) Assim, você vê que não é talvez uma postura realmente parte dele, ele está tentando replicar só por conta do aplicativo. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

A narrativa de Mateus acerca de seu amigo diz respeito a maneiras como a tecnologia comunicacional sob uma ética do desejo empreendedora mobiliza o uso de outros tipos de tecnologia. Conforme argumenta Miskolci (2017a), os usuários dessas ferramentas tendem a acionar técnicas corporais, como práticas de musculação, dietas e intervenções cirúrgicas para se enquadrar nos pré-requisitos atribuídos aos sujeitos desejáveis nas mídias digitais. Miskolci (2017a) ainda menciona a adesão a determinadas roupas, acessórios, cosméticos e afins, além de comportamentos, abordagens e conjuntos de autorrepresentações textuais e imagéticas alinhados a uma ideia de masculinidade hegemônica - quase sempre viril, “discreta” e hipersexualizada. Associada de maneira intrínseca à busca por reconhecimento desejante sob a mediação da ética do desejo empreendedora, “a passagem de espectadores a protagonistas midiáticos faz com que usuários busquem atender demandas de modelaridade que antes eram quase que restritas a profissionais como modelos e atores, associando as tecnologias comunicacionais às corporais em busca da aprovação de sua audiência particular” (Miskolci, 2017a).

Conforme sugerem os relatos apresentados, a descoberta da homossexualidade na geração dos informantes foi impactada de maneira

significativa pelo acesso às mídias digitais, especialmente a partir da possibilidade de contato com outros homossexuais e do acesso maximizado a conteúdos homoeróticos. Mais do que a descoberta da sexualidade, pode-se dizer que, em um momento posterior, houve um impacto diferenciado dessas mídias sobre o entendimento dos informantes acerca de sua homossexualidade e da desejabilidade perante seus pares. Com o advento dos aplicativos de encontro, como o caso do amigo de Mateus descrito acima antecipou e será aprofundado no capítulo 4, essa influência adquiriu contornos robustos e contribuiu para uma adesão mais ampla e fluida de uma ética do desejo empreendedora. Se esses processos são lidos como áridos e hostis por indivíduos pertencentes a gerações anteriores de homossexuais (Miskolci, 2017a), os indivíduos da geração aqui investigada os entendem menos como necessariamente negativos do que como contraditórios, e tendem a negociar constantemente com essas contradições e as violências em potencial delas advindas de modo a extrair resultados efetivos que justifiquem o esforço e a determinação mobilizados pelo seu ethos empreendedor.

No caso de Gabriel, a imersão em mídias digitais voltadas para a busca de parceiros sexuais e amorosos começou mais tarde do que a maioria dos informantes. Ele chegou a utilizar o Orkut e o MSN com assiduidade, mas, segundo ele, com o objetivo restrito de compartilhar informações sobre jogos e manter contatos de amizade. Apenas na virada para os anos 2010, ele decidiu explorar salas de bate-papo sexualmente segmentadas que, embora ainda existam, já eram significativamente menos populares do que no início da década anterior. De acordo com o informante, essa experiência, assim como a entrada no Grindr em sequência, foi importante não apenas para compreender a sua própria sexualidade, mas para se familiarizar com as dinâmicas associadas ao mercado de desejo homoerótico masculino, conforme relatou:

*[A Internet] me ajudou a entender tipo, a – não querendo estigmatizar, mas já estigmatizando, porque infelizmente é assim – a promiscuidade das relações gay, principalmente homens, né? Existe muito. Não tô dizendo que é uma coisa negativa. Às vezes promiscuidade é o que as pessoas têm a oferecer e é isso, a gente aceita, entendesse? Mas existe muito. Então assim, um pirralho de 18 anos – mas maduro pra idade dele, eu sempre fui muito precoce nas minhas*

*coisas –, mas ainda imaturo pra diversas outras coisas relacionadas. Sempre tem o início da vida gay com pessoas mais velhas. Então, assim, entender a promiscuidade, a praticidade e a falta de afeto que existe dentro das relações gays ajudou muito. Principalmente o Grindr. Eu mexia muito no bate-papo UOL – às vezes só pra conversar, porque eu nunca saí com ninguém do bate-papo UOL, saía mais com o pessoal do Grindr – e no Grindr, pra, tipo, entender muito essa questão da promiscuidade. Por exemplo, quando eu entrei, eu achava um absurdo que as pessoas não colocavam a cara nas fotos. Como assim? Eu vou falar com o peito da pessoa? Eu vou falar com a sunga da pessoa? (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020)*

A Internet, inicialmente através das salas de bate-papo de cunho sexual, possibilitou ao entrevistado conhecer um recorte das dinâmicas relacionais associadas ao “meio gay” antes de uma inserção presencial propriamente dita. Mais adiante, ele comentou que se inserir no meio referido prejudicou a sua autoestima a longo prazo. Diante da pouca receptividade que obtinha em contatos feitos nos aplicativos de encontro, ele passou a se questionar acerca de seu grau de desejabilidade perante os seus pares e do seu próprio valor enquanto sujeito desejante. Para Gabriel, ser um homem gordo com características supostamente femininas, como tom de voz agudo e traços de ginecomastia<sup>72</sup>, foi um fator que estimulou parte significativa da rejeição sofrida nas mídias digitais: *“Eu não tenho a autoestima muito boa. Quando eu me tornei gay, minha autoestima foi lá pra baixo. Justamente por eu entender a promiscuidade gay e tal, de que só se gosta de padrãozinho, essas coisas. Então é foda”*, relatou. Oriundo de uma longa vivência na igreja evangélica, ele passou a conviver com um dado antes desconhecido: a “promiscuidade das relações gays, principalmente homens”, assim como a “praticidade” e a “falta de afeto”. A crescente compreensão de uma ética do desejo empreendedora, nos termos que se apresentava nas salas de bate-papo e, em seguida, no Grindr, o situou paulatinamente no mercado de desejo no qual ele acabava de adentrar.

---

<sup>72</sup> A ginecomastia é o inchaço do tecido mamário masculino causado por um desequilíbrio hormonal, o que pode acarretar a aparência de seios femininos.

É interessante observar a percepção dos informantes acerca da ideia de “meio gay” dentro do recorte geracional no qual eles estão inseridos. Em geral, este termo não é evocado para se referir a um meio presencial sexualmente estigmatizado e associado a riscos de saúde e exposição, conforme, por exemplo, os usuários de aplicativos entrevistados por Miskolci (2017a), de gerações anteriores, compreendiam e se esforçavam para evitar. Para os nossos informantes, o “meio gay” se associa diretamente à ideia de mercado de desejo homoerótico masculino, isto é, um território fluido e híbrido cujas regras, códigos e práticas de consumo são orientados por uma ética do desejo empreendedora. Elementos distintos como concorrência, rejeição, arrogância, promiscuidade e fragilidade de laços amorosos e mesmo aqueles relativos à amizade<sup>73</sup> são associados a esta noção de “meio gay”, como ilustrou Gabriel. Ao mesmo tempo em que este território é visto como uma fonte primária de obtenção de reconhecimento social de ordem desejante, ao qual eles anseiam por obter acesso fluido e irrestrito, trata-se também de um meio amplamente criticado em decorrência do sofrimento e dos danos à autoestima que ele pode engendrar.

---

<sup>73</sup> De maneira sintomática, duas referências da cultura pop foram mobilizadas por diferentes informantes para ilustrar algumas das características do “meio gay” descritas acima: o filme estadunidense “Garotas malvadas” (no original, “Mean girls”), de 2004, que apresenta a dinâmica de jogos de poder no âmbito da convivência entre adolescentes em uma escola de ensino médio estadunidense, e a noção de modernidade líquida do sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2001; 2004).

## 4 SOCIABILIDADES DIGITAIS EMPREENDEDORAS

Neste capítulo, buscamos investigar as práticas associadas a uma ética do desejo empreendedora no escopo das sociabilidades digitais entre homossexuais masculinos. Dessa forma, analisamos os diferentes usos de mídias digitais para fins afetivo-sexuais relatados pelos informantes, assim como a articulação entre diferentes plataformas, os roteiros culturais voltados para sexo e as estratégias de autoapresentação adotadas por eles nesses espaços. Argumentamos que essas práticas se materializam sob um ecossistema de plataformas distintas e respondem a uma ética empreendedora que tem como fim a otimização das prospecções sexuais e amorosas de seus agentes, que são, por sua vez, orientados pela ideia de maximização de seu desempenho.

### 4.1 UM ECOSSISTEMA DE PLATAFORMAS ANCORADO NA DATAFICAÇÃO

Em termos de contextualização histórica, Couldry e Hepp (2020) identificaram, entre os séculos XV e XXI, ondas de mídiatização sucessivas e sobrepostas denominadas de mecanização, eletrificação, digitalização e dataficação. Sob esse viés, o início do século XXI, em especial após a crise financeira de 2008, seria marcado pela dataficação. Esta seria caracterizada pela consolidação da proeminência dos dados digitais na vida social, que são compreendidos como matéria-prima do capitalismo contemporâneo. De maneira análoga à digitalização, a dataficação abrange processos de mídiatização profunda, nos quais o envolvimento das mídias nos processos sociais ocorre de maneira mais intensa do que em momentos históricos anteriores, o que é analisado nesta pesquisa a partir de seu impacto sobre a esfera afetivo-sexual.

A mídiatização profunda é marcada pela participação dos usuários em diversas mídias e pelo engajamento em dinâmicas de interdependência com elas. Essa interconectividade entre as mídias, facilitada pela digitalização do conteúdo e pela criação de um espaço aberto de conexão, resultou em uma dependência cada vez maior dos atores individuais, coletivos e organizacionais em relação a essas estruturas midiáticas (Couldry e Hepp, 2020, p. 278). A

exploração de dados constituinte da dataficação é compreendida por Couldry e Mejias (2019, p. XI) como uma operação colonialista contemporânea. Se o colonialismo histórico incorporou territórios, recursos e indivíduos, o colonialismo de dados apresentaria uma atuação mais “simples” e profunda: a influência sobre a vida humana a partir da apropriação de dados extraídos para fins rentabilizáveis. A vida humana, dessa forma, estaria sendo incorporada ao capital de maneira incontornável:

[...] As nossas relações cotidianas com os dados estão se tornando coloniais por natureza; ou seja, não podem ser entendidas senão como uma apropriação numa forma e numa escala que se compara com as apropriações do colonialismo histórico. [...] Este novo colonialismo não acontece apenas por si mesmo, mas é impulsionado pelos imperativos do capitalismo. Enquanto as relações entre o colonialismo histórico e o que emergiu como capitalismo industrial só se tornaram claras após séculos, o novo colonialismo de dados ocorre no contexto de séculos de capitalismo, e promete conduzir aspectos familiares da ordem social e econômica capitalista para um novo e mais integrado palco. (Couldry e Mejias, 2019, p. XI-XII)

As práticas de sociabilidade, as estratégias de autoapresentação e os processos de reconhecimento social de ordem desejantes a que se vinculam os informantes consultados para esta tese são frontalmente atravessados por essa estrutura tecnossocial. Ao se engajarem em múltiplas plataformas para atenderem a diversos objetivos pessoais, entre eles a socialização com outros homossexuais para fins amorosos e sexuais, esses indivíduos produzem e compartilham dados sensíveis indiscriminadamente e contribuem para a retroalimentação e o aperfeiçoamento constantes dos processos caros à dataficação ou ao colonialismo de dados, nos termos desenvolvidos por Couldry e Hepp (2020) e Couldry e Mejias (2019), respectivamente.

De acordo com os relatos dos informantes, informações pessoais tendiam a ser compartilhadas com mais atenção, receio e relativo controle em suas incursões digitais de busca por parceiros e de consumo de conteúdo homoerótico nas décadas anteriores. Com o advento dos aplicativos de encontro, no entanto, houve uma certa flexibilização em relação ao compartilhamento de dados sensíveis em decorrência das supostas segurança e privacidade que seriam “garantidas” por essas plataformas. Para além disso, os próprios efeitos de “sigilo” produzidos por estas simulam a existência de um

acordo tácito entre os usuários para compartilharem entre si, de forma supostamente confidencial e segura, informações e imagens íntimas. Assim, os informantes tendem a atender uma sequência “natural” de ações para otimizar suas prospecções sexuais e amorosas, ao exemplo do compartilhamento de nudes e informações quanto a papéis sexuais, fetiches e “tribos”.

Críticas a aspectos de privacidade e do compartilhamento deliberado de dados sensíveis entre usuários e no âmbito das próprias plataformas não surgiram nas entrevistas. Ao contrário, os informantes tenderam a reservar elogios para a efetividade de determinadas plataformas no que tange à realização de seus objetivos práticos, se detendo, assim, aos aspectos positivos que resultariam de seus esforços dentro de uma ética do desejo empreendedora. As opiniões negativas registradas criticavam justamente a não efetividade de determinadas plataformas para atingir os fins por eles pretendidos.

Essa informação nos leva a considerar, como pontuou Van Dijck *et al.* (2018, p. 12), que o ecossistema de plataformas referido se ancora em diversos paradoxos, como elenca a autora: “parece igualitário, mas é hierárquico; é quase inteiramente corporativo, mas parece servir ao valor público; parece neutro e agnóstico, mas sua arquitetura carrega um conjunto particular de valores ideológicos”. Além disso, “seus efeitos parecem locais, enquanto seu escopo e impacto são globais”, ao passo em que simulam substituir uma hierarquização “de cima para baixo”, associada ao “grande governo”, pela ideia de “de baixo para cima”, que preza pelo “empoderamento do consumidor”. Isso ocorre por meio de uma estrutura centralizada que permanece opaca aos usuários, inclusive em relação aos propósitos comerciais dessas plataformas, que são levados a serem “neutralizados” ou ignorados pelos indivíduos que trocam o consumo desses serviços por dados pessoais.

Van Dijck *et al.* (2018, p. 9) sublinham que as plataformas articulam elementos técnicos, econômicos e sociolegais que atuam no fortalecimento de seu poder de governança e controle. De maneira geral, uma plataforma digital é alimentada por dados, automatizada e organizada através de algoritmos e interfaces, formalizada através de relações de propriedade impulsionadas por modelos de negócios e gerenciada através de “acordos” com os usuários.

Embora cada plataforma constitua uma entidade relativamente independente, com uma combinação única de características, elas operam como parte de um ecossistema maior, cujo *modus operandi* consiste na troca de serviços convenientes (geralmente “gratuitos”) por informações sensíveis dos usuários. Como exposto, por parte dos informantes não parece haver hesitação em efetivar essa transação, contanto que eles tenham a possibilidade de empreender enquanto sujeitos desejantes e vir a ser recompensados pelos seus esforços contínuos em múltiplas plataformas.

De um componente periférico presente em modelos capitalistas anteriores, os dados se tornaram um fomento incontornável do capitalismo atual. Conforme pontua Srnicek (2017, p. 24), o capitalismo de plataforma possibilitou a extração e usos de dados para cumprir uma série de objetivos estratégicos, como otimizar os processos de produção, discernir as preferências dos consumidores, controlar os trabalhadores e formatar produtos e serviços de modo a comercializar a sua visibilidade para anunciantes. Os dados que alimentam esse capitalismo servem a algumas funções: “eles educam e tornam algoritmos competitivos; permitem a coordenação e a terceirização de trabalhadores, assim como a otimização e a flexibilidade dos processos produtivos; transformam mercadorias de baixa margem de lucro em serviços de alta margem de lucro” (Idem).

O fato de essa estrutura permanecer opaca aos usuários nos apresenta uma limitação metodológica no sentido de não podermos averiguar com precisão as dinâmicas dos algoritmos e mesmo a sua dimensão nos usos das ferramentas. Em que grau os algoritmos modulam as práticas de sociabilidade e a construção social do desejo para os usuários de mídias digitais? Quais usos vêm sendo efetivamente feitos dos dados sensíveis dos usuários dessas plataformas? O que isso implica para o futuro desses sujeitos, dessas plataformas e das práticas desejantes em si? Esses são questionamentos pertinentes, mas que, dado o recorte aqui estabelecido e as limitações a ele intrínsecas, não nos propomos a investigar de maneira aprofundada no escopo desta tese. Como proposto, no entanto, nos atemos às diversas dinâmicas internas dessas plataformas a que os informantes consultados aderem para concretizar os seus objetivos empreendedores.

## 4.2 ROTEIROS CULTURAIS VOLTADOS PARA SEXO

A ética do desejo empreendedora está associada a uma série de procedimentos, estratégias e etapas para se atingir os objetivos amorosos e sexuais nos quais os sujeitos de desejo estão obstinados. Se aplicativos de encontro costumam operar como um ponto de partida para a interação com parceiros afetivo-sexuais em potencial, eles não atuam de maneira isolada, estando situados sob um elaborado sistema de plataformas articuladas que integram um circuito de lazer adulto abrangente. Como trataremos no capítulo 5, esse circuito de lazer adulto tem nas plataformas digitais seu eixo central, em especial os aplicativos de encontro, mas também abrange uma série de atividades e espaços presenciais historicamente associadas ao público homossexual, como boates, “cinemões”, saunas e points de pegação, que não deixam de ser atravessados por dinâmicas inerentes à ética do desejo referida.

Pensando no circuito digital desejante (Pelúcio, 2019, p. 77), a organização da ética do desejo empreendedora requer uma articulação organizada entre múltiplas plataformas, considerando as devidas especificidades e possibilidades associadas a cada uma delas, tendo em vista a otimização de desempenho e a maximização de oportunidades dos agentes dessa ética. Os procedimentos seguidos pelos indivíduos em busca de potenciais parceiros tendem a funcionar como roteiros culturais voltados para sexo, conforme nomeou Illouz (2019). Esses roteiros costumam ser construídos a partir de um cálculo intuitivo, quase automatizado, baseado no acúmulo de experiências afetivo-sexuais dos indivíduos. Modulados pela reiteração de práticas de sociabilidade associadas a uma ideia de “sucesso”, eles geralmente são compreendidos pelos sujeitos de desejo como formas potencialmente bem-sucedidas e organizadas de se alcançar os objetivos associados às diretrizes de uma ética do desejo empreendedora, especialmente para fins sexuais.

Como argumenta Illouz (2019), diferentemente da ideia de uma liberdade emocional, a liberdade sexual é considerada na contemporaneidade um domínio de interação onde “as coisas correm bem”. Na visão da autora, isso ocorre porque “os atores dispõem de uma grande abundância de recursos tecnológicos e de roteiros e imagens culturais para orientar o seu comportamento, para encontrar prazer na interação e para definir os limites da

interação” (Illouz, 2019, p. 19, tradução nossa). Os roteiros culturais voltados para as emoções, por assim dizer, seguiriam um caminho diferente, uma vez que as emoções “se tornaram o plano da experiência social que ‘coloca um problema’, um domínio onde reina a confusão, a incerteza e até o caos” (Idem). Para Illouz (2019), o sexo se torna, assim, um aspecto mais fácil, mais concreto e mais objetivo, em termos de obtenção de prazer e de reconhecimento social dos indivíduos como sujeitos desejantes.

Em diálogo com Eva Illouz (2019), Larissa Pelúcio (2019, p. 61) argumenta que a economia libidinal dos encontros on-line motivou o estabelecimento de uma ordenação de recursos de comunicação para fins amorosos e sexuais, à qual Pelúcio (2019) se refere como roteiros do flerte ou da paquera. Na perspectiva de Pelúcio (2019), esses roteiros seguem esquematicamente uma sequência de relativa previsibilidade baseada no acúmulo de experiências prévias dos usuários das plataformas. Autora de uma etnografia sobre sociabilidades de homens heterossexuais em aplicativos e redes sociais voltadas para encontros amorosos e sexuais, Pelúcio (2019) observou sequências de procedimentos que, conforme aferimos a partir dos relatos dos nossos informantes, também compõem o escopo de sociabilidades de homens homossexuais. Essa correlação entre pesquisas sugere que, sobre determinados aspectos, a ética do desejo empreendedora é incorporada de maneira semelhante a despeito da orientação sexual dos indivíduos.

Em relação aos homens que entrevistou para a sua pesquisa, Pelúcio (2019) observou que os roteiros do flerte ou da paquera invariavelmente eram acionados pelo chat da plataforma que possibilitou o contato inicial. No geral, após a correspondência de interesses ter sido sinalizada entre os interlocutores, tendia-se a seguir a conversa para aplicativos de mensagem instantânea como o WhatsApp. Em geral munido de mais recursos comunicacionais do que as demais plataformas, o que mudou de maneira notória nos últimos anos, o WhatsApp é um meio no qual se trocam mensagens de voz, imagens e links de interesse, o que possibilita, de maneira gradual, o estreitamento do contato e a

construção da intimidade<sup>74</sup> – de maneira análoga aos usos do MSN Messenger, nos anos 2010, como relatado pelos nossos informantes. Conforme observado por Pelúcio (2019, p. 61), a troca de mensagens de voz – e, baseado nos relatos dos nossos informantes, podemos ampliar esse escopo para ligações de áudio e vídeo síncronas – consistem em um elemento fundamental nas interações de prospecção amorosa e sexual, uma vez que carregam pistas sociais para se conferir materialidade sociológica a um determinado perfil. Como veremos a seguir, nossos informantes seguem estes e outros procedimentos, recursos e percursos para empreenderem sexual e amorosamente de maneira efetiva.

Cada aplicativo ou site de rede social que compõe o ecossistema de plataformas aqui investigado foi associado pelos informantes a diferentes funções e etapas que os auxiliam a atingir os resultados sexuais e amorosos que ambicionam. Conforme observou Castro (2019, p. 71), este tende a ser um trabalho tático no qual os usuários fragmentam suas identidades em múltiplas mídias, a partir da modulação de diferentes “eus” de acordo com seus interesses. Pedro, por exemplo, justificou a alternância ordenada entre as mídias “pelo mesmo motivo que você acaba se portando de forma diferente em certos ambientes sociais” (Entrevista de Pedro, 12/02/2020), sugerindo que cada plataforma delimita regras internas para o seu melhor aproveitamento. O informante partilha do mesmo pensamento de Mateus, para quem há divisões que precisam ser respeitadas para se obter o melhor proveito afetivo-sexual possível nas mídias digitais. O informante considerou o Grindr como um ponto de partida para o sexo casual, podendo estender o contato até o WhatsApp para tornar o encontro mais ágil. No caso de haver interesse para além do sexo casual, o passo seguinte seria “avaliar” as redes pessoais do interlocutor e tentar manter o contato em uma plataforma mais “amigável” do que o Grindr, como o próprio WhatsApp ou o Instagram:

---

<sup>74</sup> O WhatsApp constitui um dos componentes centrais do circuito de plataformas hegemônico que surgiu no estado da Califórnia na sequência da crise financeira de 2008. Lançado em 2009, mesmo ano em que o Grindr e o Uber foram disponibilizados ao público, o aplicativo passou a centralizar diversas funções comunicacionais, como o envio de mensagens de texto, áudio e vídeos, além de possibilitar chamadas de áudio e vídeo sem custos e a criação de grupos de contatos. Em 2014, foi adquirido pela Meta Platforms, Inc., conglomerado digital que surgiu a partir do Facebook e atualmente detém o Messenger e o Instagram, entre outras plataformas.

*Uma pessoa que só tem praticamente intuito sexual, que é tipo “vamos marcar pra foder”, então eu já começo assim: eu tô no Grindr, no máximo [vou para o] WhatsApp pra facilitar o encontro e a forma da gente se encontrar. Quando realmente é uma coisa mais de paquerar, de ter algum interesse pra conhecer a pessoa melhor, sei lá, surgir uma amizade, um tipo de romance, o que vier, eu vejo que é muito mais Grindr, depois o Instagram, pra ver mais fotos, aí já começa aquela história de seguir, aí dá aquela leve stalkeada nas fotos das pessoas, dá umas curtidas e tudo. Aí talvez até começar usar o chat do Instagram ao invés de usar o Grindr, pra conversar. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

Mateus aventou a possibilidade de se desenvolver interesse para além do sexo casual com outros usuários do Grindr, tendo mencionado “uma amizade” e “um tipo de romance”, o que poderia reconfigurar a rota seguida por ele entre as plataformas. No entanto, essas possibilidades costumaram ser tratadas com descrença ou relutância por parte dos informantes, inclusive no caso de Mateus, em outros momentos da entrevista. No caso específico da busca por amizades, pareceu haver um desinteresse generalizado por parte dos informantes, como se esse tipo de empreendimento constituísse uma perda de tempo ou insucesso. A exceção consistiu no que eles classificaram como “amizade colorida” ou “pau amigo”, termos referentes a um parceiro sexual eventual, relativamente estável, mas sem compromissos associados a um relacionamento sério.

A maior parte dos informantes ainda demonstrou ter um certo interesse em idealizações amorosas, ainda que tenham demonstrado dificuldade significativa para elaborar essa afirmação de forma categórica<sup>75</sup>. Conforme apontou Illouz (2019), o reino das emoções se mostrou um lugar muito mais capcioso e difícil de ser compartilhado pelos informantes do que o reino do sexo. Isso também ocorre, possivelmente, em decorrência do senso comum promovido pela heteronorma que classifica o campo das emoções como um terreno ligado ao feminino e, dessa maneira, mais “frágil” e capaz de

---

<sup>75</sup> A questão das buscas amorosas em plataformas digitais será adensada no capítulo 7.

“emascular” indivíduos que incorporam masculinidades hegemônicas<sup>76</sup>. Um outro fator que pode influenciar na dificuldade de elaboração acerca do amor por parte dos informantes também se associa à heteronorma: a questão de que homossexuais foram historicamente alijados do direito a sentir e manifestar publicamente emoções de caráter amoroso e romântico para namorados, companheiros e maridos. Trata-se de um silenciamento reforçado há gerações e difícil de ser rompido, sobretudo com as ondas de conservadorismo que vêm se manifestando com expressão no país desde o meio da década de 2010.

Entre as estratégias relatadas por Mateus está uma posterior migração de comunicação do Grindr para o Instagram, no caso de existir algum interesse a longo prazo, seja para fins de namoro ou “amizade colorida”. Em geral compartilhada com amigos e familiares, a troca de perfis na rede de imagens tende a sugerir uma abertura mais ampla com o parceiro em potencial, uma vez que, além de imagens pessoais, a plataforma costuma reunir informações como sobrenome, rede de contatos e publicações sobre a rotina do usuário. Nesse sentido, migrar a comunicação do Grindr para o Instagram ainda possibilitaria dois componentes estratégicos no caso de haver interesses amorosos ou relativos à “amizade colorida”: a saída de um ambiente estigmatizado como hipersexualizado, percepção partilhada entre os usuários do aplicativo, e a tentativa de fazer com que o possível parceiro passe a acessar menos o Grindr ou até o desinstale. Isso significaria “vencer” a concorrência, uma vez que ele não teria mais acesso a outras “ofertas” de perfis no fluxo da ferramenta.

Como Mateus relatou acima, o processo de prospecção de parceiros mais sistemático tende a começar pelo Grindr, além de outros aplicativos voltados para a “pegação” direta entre homossexuais, mas ligeiramente menos populares, como Scruff e Hornet. A depender dos interesses do entrevistado e

---

<sup>76</sup> Conforme Leal (2016) argumenta: “Na cultura ocidental, as mulheres têm sido definidas, historicamente, como seres emocionais. Tanto os sentimentos quanto o gênero feminino são considerados, no senso comum, e em parte do pensamento científico, entidades naturais, portanto, caóticas, irracionais e potencialmente perigosas. Uma retórica do controle acompanha o discurso sobre as emoções: elas devem ser manejadas e instrumentalizadas, subordinadas aos desígnios da razão. As mulheres representariam riscos à ordem social por serem menos racionais que os homens. Diversos discursos, como o da medicina e psicologia, dedicaram-se a normatizar as condutas femininas, estabelecendo distinções entre a feminilidade ideal, ligada a características como sensibilidade, mansidão e passividade, e a conduta patológica, relacionada à loucura e à histeria”.

seus interlocutores, o restante das interações até um possível encontro presencial ocorre no mesmo aplicativo ou segue para outras plataformas. O entrevistado mencionou o WhatsApp – com a finalidade de tornar o encontro presencial mais prático – e o Instagram, que possibilitaria uma avaliação mútua mais detalhada do interlocutor, tendo em vista os passos seguintes da interação. Os relatos de João, André e José sugerem um percurso inicial semelhante ao de Mateus:

*A dinâmica é mais ou menos assim: a partir do Grindr. Alguns encontros acontecem somente com o Grindr. Alguns, eu vou para o Instagram, ou WhatsApp pra facilitar a comunicação. Se há um interesse de continuar, mesmo que sejam encontros casuais, aí óbvio que as redes sociais mais usuais – o Instagram, o WhatsApp – são essenciais pra você conseguir manter uma comunicação mais rápida. Mas é basicamente esse percurso. (Entrevista de João, 13/02/2020)*

*No Grindr, se eu achar interessante, a gente vai trocar WhatsApp, Instagram... “Quero ver umas fotos tuas e tal”, “vai no meu Instagram e tal”. Ou “deixa eu te ver pessoalmente, tipo real”, chamada de vídeo<sup>77</sup> e tal. Tudo isso e tal. Eu não tenho problema nenhum, eu não tenho besteira com isso não. A foto que eu mando sou eu, tudo que eu mando sou eu mesmo. (Entrevista de André, 14/02/2020)*

*Geralmente, é do Grindr pro WhatsApp. Aí do WhatsApp, eu tento descobrir por mim mesmo as redes sociais da pessoa. Eu não consigo ficar perguntando: “me dá teu Instagram?”. [...] No Tinder, na minha biografia eu já boto o Instagram. Se a pessoa quiser olhar, já tá ali, ela vê. No Grindr não tem. No Tinder tem. Porque é isso, eu acho que o Grindr é pra um sexo mais rápido, assim, a gente quer alguma coisa muito imediata. E no Tinder, pelo menos eu tenho a intenção de desenvolver alguma coisa com a pessoa. Sei lá, alguém legal. Então eu prefiro colocar minhas redes sociais pra pessoa ver o que eu faço da vida e tal. (Entrevista de José, 14/02/2020)*

---

<sup>77</sup> O informante se refere à realização de chamadas de vídeo fora do Grindr, uma vez que à época da entrevista, em fevereiro de 2020, a ferramenta não oferecia essa possibilidade. Posteriormente, o Grindr incorporou características técnicas caras a aplicativos de mensagem instantânea como o WhatsApp, ao exemplo de chamadas de vídeo, envio de áudios e fotos efêmeras e compartilhamento de figurinhas animadas, com o intuito de evitar a migração para outros aplicativos e, com isso, prolongar o tempo de tela do usuário na ferramenta.

Para João, André e José, o percurso se assemelha ao relatado por Mateus: o Grindr é acionado para um contato inicial, o WhatsApp para fins de praticidade para efetivar o encontro presencial e o Instagram para avaliações mais detalhadas acerca do interlocutor. A depender do andamento das conversas e do rendimento dos encontros, tanto o Instagram quanto o WhatsApp podem vir a ser possibilidades para manter um contato mais estreito e prologando. No caso de André, ele relatou que costuma optar por confirmar a identidade do interlocutor com uma chamada de vídeo antes de um encontro presencial, por razões que abrangem a sua própria segurança e a confirmação da identidade e da “qualidade” dos indivíduos com quem ele interage.

Daniel relatou que não existem regras a serem seguidas em termos de flerte, uma vez que cada usuário demandaria recursos distintos a depender de seu interesse. No entanto, ele mencionou o Instagram como uma rede estratégica para se trocar perfis caso houvesse interesse sexual a médio ou longo prazo em relação ao interlocutor, uma vez que manter contato em uma rede considerada mais “estável” romperia com o ciclo de fragilidade e volatilidade atribuído às interações do Grindr, que oferece um alto fluxo de interações e está passível à perda do histórico de conversas e contatos realizados previamente devido a um possível apagamento do perfil ou desinstalação do aplicativo.

No caso de Daniel, o Instagram também é compreendido como uma ferramenta para se “comprovar” os atributos físicos apresentados mais brevemente no Grindr, ou para manter o flerte com interações pontuais em postagens eventuais, sem necessariamente se engajar em conversas longas, o que ocorreria, por exemplo, no WhatsApp. As interações que se restringem ao Grindr, nesse sentido, atenderiam à promoção de encontros sexuais casuais mais ágeis e imediatistas, sem a necessidade de investimentos mais elaborados:

*São processos diferentes, não tem regra. Porque tem pessoas que você fica na dúvida se essa pessoa é interessante ou não, fisicamente falando. Aí você pede o Instagram, que é uma maneira educada de pedir mais fotos. Normalmente é quando não vai rolar hoje, não vai rolar agora, mas eu quero mesmo ficar com essa pessoa. Então eu pego o Instagram porque às vezes eu*

*não tô no Grindr, mas se a pessoa der a ideia, rola. Ir para o Instagram [após o contato no Grindr] é muito mais pela dúvida de se a pessoa é fisicamente interessante pra mim. [...] Minhas conversas no Grindr estão sendo muito práticas. Então são poucas que quando, às vezes, quando vai pra um WhatsApp, aí às vezes a conversa fica um pouco mais complexa. Mas no Grindr em si, é muito prática. É tipo assim, onde mora, nude e pronto. E foto.* (Entrevista de Daniel, 1º/03/2020)

Gabriel também atribuiu ao Instagram e ao WhatsApp funções distintas após o contato inicial no Grindr. Mas, ao contrário de Daniel, que sugeriu não ser estimulado por conversas “complexas”, ele foi mais entusiasta em relação à possibilidade de aprofundar a conversa no Grindr ou no WhatsApp, uma vez que ele não seria “muito visual” e nem limitado a “estereótipos físicos”: *“Eu posso estar conversando com um menino que no Grindr eu não achava tão bonito assim. Mas se o papo fluir, porra, eu vou ter interesse igual. E aí às vezes pede o Whatsapp, e eu dou”* (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020). No entanto, quando a conversa não flui de acordo com a expectativa do informante, o interesse em termos de interações se restringe ao âmbito físico e sexual, para o qual o Instagram seria a opção mais adequada: *“Aí às vezes, tipo, ‘não, não sei o quê’, só tá pra pegação mesmo, o papo não é tão legal, mas a pessoa é muito bonita, aí eu vou e: ‘Manda o teu Instagram aí’. Depende muito do tipo de conversa que eu vou ter”* (Idem).

O WhatsApp e o Instagram também surgiram na fala de Pedro como passos seguintes ao Grindr, mas com acepções distintas. O WhatsApp é visto pelo informante como potencialmente negativo, uma vez que a conversa teria maiores chances de se esgotar e os esforços despendidos na interação seriam “desperdiçados”. O Instagram, por sua vez, resguardaria os esforços do informante tendo em vista um investimento a longo prazo, já que as interações não precisariam ser síncronas ou imediatas e o flerte poderia ser acionado em um momento de interesse futuro por parte de ambos os envolvidos:

*Eu prefiro esse fluxo, digamos assim, Grindr-Instagram. Porque no Instagram, além de você ver as fotos da pessoa, e você ter uma noção de como a pessoa é... a galera geralmente usa como usava o Orkut, tipo, um negócio de recados. Você manda uma mensagem, aí você vê um story, que é uma forma de tentar*

*puxar uma conversa, botar alguma coisa, jogar um comentário, algum biscoito<sup>78</sup>, uma coisa do tipo. E porque no Instagram, eu sinto que as pessoas não são tão... imediatistas, com relação à resposta, como elas são no WhatsApp. Porque se você fala no Whatsapp, a pessoa espera que você vá responder rápido. E se você demora muito tempo, ela acha que você tá fazendo cu doce, que você tá esnobando. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

Já José relatou que não troca o Instagram nas interações iniciais, mas se esforça para encontrar essa e outras redes sociais de seus interlocutores sem que eles saibam que estão sendo avaliados por ele em outras instâncias, o que irá orientá-lo quanto a prosseguir com a conversa ou passar a ignorar aquele contato. Devido ao estigma de hipersexualização associado ao Grindr e à alta exposição da ferramenta, uma vez que os perfis podem ser visualizados por qualquer pessoa com acesso ao aplicativo, José não vincula outras redes sociais ao seu perfil na plataforma. No entanto, quando se trata do Tinder, o informante adota uma abordagem distinta. No aplicativo supostamente voltado para namoros, e no qual apenas se conversa com alguém mediante o estabelecimento de um *match* mútuo, José considera estratégico disponibilizar a sua conta de Instagram no próprio perfil da plataforma para que os outros usuários possam avaliá-lo melhor e com antecedência. Dessa forma, caso alguém iniciasse uma conversa, José suporia que já teria sido “aprovado”, o que significaria que a interação teria mais chances de ser bem-sucedida.

Nem todos os informantes costumam ter respostas positivas sobre a própria imagem nos aplicativos, o que pode tornar o Instagram um obstáculo a ser superado. Por essa razão, o não compartilhamento do Instagram e a preferência pelo envio de nudes ou imagens de rosto e corpo em ângulos considerados mais “favoráveis” são estratégias adotadas por alguns usuários que se sentem inseguros com a própria aparência. Como relatado por Lucas, isso pode ocorrer em decorrência do medo de uma rejeição imediata devido à imagem depreciativa que alguns usuários têm de si. No geral, essa

---

<sup>78</sup> Receber “biscoitos” consiste em uma gíria a respeito de receber elogios ou insinuações de interesse sexual nas redes sociais, o que pode se manifestar em comentários ou reações como curtidas. No Brasil, a função “tap” (cutucar, no sentido de chamar a atenção) do Grindr, por exemplo, foi adaptada para o símbolo gráfico de um biscoito, de modo a gerar uma assimilação mais orgânica a respeito do uso da ferramenta e também promover uma maior identificação com o público local devido à alta popularidade da expressão no país.

autoimagem projeta um impacto expressivo sobre a autoestima dos usuários e costuma ser desenvolvida e consolidada a partir da reiteração de experiências de rejeição:

*Geralmente eu vou... do Grindr para o WhatsApp, ou do Tinder pro WhatsApp. Mas eu prefiro... quer dizer, Tinder tudo bem, porque envolve um processo de conhecer a pessoa talvez mais longo... Mas Grindr, eu prefiro quando sai direto de lá. O que muita gente não quer, enfim, querem saber se é uma pessoa de fato. Instagram eu geralmente nunca... nunca me pediram. Primeiro que no Instagram, não tem quase nada de foto minha. E aí eu acho que me incomoda mais a ideia de rejeição direta. Acho que o Grindr tem a finalidade de que você simplesmente... apaga. Se você quiser, você some com aquela conta e vira outra pessoa. No Instagram, não tem muito como. Ainda que tenha como, você não vai se dar ao trabalho de excluir o seu Instagram... Rola esse constrangimento... Eu acho que é pós... alguma conversa. De tipo, eu fui tentar alguma coisa com alguém, ou enfim, conversar e a pessoa ou simplesmente não quis ou foi muito... violenta, em não querer. (Entrevista de Lucas, 10/02/2020)*

O relato de Lucas se conecta à percepção de Illouz (2012, p. 113) de que a Internet contribuiu para a popularização de uma forma de apreensão de si em que o eu é externalizado e objetificado através de meios visuais de representação e linguagem. Mais do que isso, “o eu é solicitado a passar por um vasto processo de auto-observação reflexiva, introspecção e articulação de gostos e opiniões” (Illouz, 2012, p. 111, tradução nossa). Ao refletir sobre os resultados de suas incursões digitais em busca de parceiros em potencial, o informante teria tomado consciência de que ele não seria lido enquanto um indivíduo desejável sob o imperativo de imagens (Beleli, 2015) que ordena o imaginário homoerótico hegemônico. Dessa forma, ele desenvolveu uma perspectiva pejorativa sobre si mesmo e passou a compreender a sua própria imagem como um impeditivo para se empreender sexual e amorosamente nas mídias digitais.

Para Lucas, compartilhar a rede social de imagens de imediato com o seu interlocutor pode prejudicar o seu processo de prospecção, pois poderia causar uma rejeição direta pela exposição de sua figura. Já acostumado com

esse tipo de reação, Lucas antecipa essas situações para evitá-las e conseguir ir mais longe em suas interações. De acordo com o seu relato, a frequência com que sua imagem costumava ser rejeitada fez com que ele passasse a publicar menos fotos no Instagram. Para ele, um caminho encontrado para driblar esse tipo de constrangimento foi envolver o interlocutor em uma conversa bem-humorada que desviasse da roteirização das conversas mais diretas do Grindr. Dessa maneira, a sua imagem poderia vir a adquirir uma importância secundária na interação. Sobre as suas investidas amorosas e sexuais nos aplicativos, Lucas relatou que não vem obtendo os resultados que ambiciona. Diferentemente de Mateus e João, que partilham do privilégio da branquitude e da moradia em bairros de classe média e alta do Recife – o que também significa uma maior oferta de parceiros em potencial –, Lucas, negro e morador da periferia do Cabo de Santo Agostinho, justificou: “enquanto não padrão eu sei que vai dar mais trabalho de conseguir alguma coisa. Mas sigo... tentando”.

Nos percursos seguidos a partir do Grindr, Pedro também relatou que estaria acostumado a ser rejeitado e submetido a práticas de *ghosting* (vácuo), quando se é ignorado deliberadamente pelo interlocutor. O informante afirmou que geralmente acessa o Grindr e o similar Scruff para obter contatos mais objetivos e com a perspectiva de sexo casual, mas adere ao Tinder quando tem em mente conhecer alguém para estabelecer uma relação duradoura. No entanto, para ele, a transferência rápida da conversa para o WhatsApp geralmente acarreta um desinteresse acelerado, assim como um acúmulo de contatos que não rendem interações significativas ou encontros presenciais, tampouco relacionamentos sérios. Por essa razão, a troca prematura de WhatsApp a partir do Grindr ou mesmo do Tinder surge na fala de Pedro como um elemento negativo e pouco produtivo em relação ao processo de prospecção.

*Começo pelo Grindr... e o Scruff. Não tenho paciência pro Tinder. Muita gente diz que quer conversar no Tinder, mas eles querem que você seja a pessoa mais interessante do universo para eles, o tempo todo, e que eu não suporto você conversar com a pessoa durante 10, 15 minutos - e a conversa estar aparentemente fluindo, ou não - e a pessoa do nada faz assim: “pega meu*

*WhatsApp". Eu não entendo isso. Porque pra mim não faz sentido, porque a pessoa faz isso, vai pro WhatsApp, conversa por mais meia hora, um dia para de falar e faz o ghosting. Pra quê pegou meu WhatsApp? Pra ter meu número? Pra se um dia tiver em casa 'viçando'<sup>79</sup> mandar mensagem? (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

Pela experiência acumulada de Pedro, as chances de o interesse alheio minguar e o seu interlocutor praticar *ghosting* são altas. O ato de ignorar deliberadamente o interlocutor com quem se estabelecia contato se associa à lógica de produtividade contínua associada à ética do desejo empreendedora, no sentido de que seria preciso investir em parceiros em potencial que fossem dignos do esforço do usuário e suficientemente valiosos. O *ghosting* não é uma exclusividade do relato de Pedro. Todos os entrevistados afirmaram que foram submetidos a essa prática e que já a reproduziram com usuários com quem não tinham interesse em manter contato. Em muitos dos relatos, essa prática é evocada como uma etapa natural dos roteiros culturais voltados para sexo nas mídias digitais, sendo praticada e sofrida pelos informantes regularmente.

Marcos também costuma traçar um percurso entre os aplicativos em busca de rendimentos mais efetivos. Sem paciência para roteiros padronizados e mais lentos atribuídos ao Tinder pelos informantes, ele geralmente prospecta parceiros sexuais no Grindr e Scruff antes de trocar WhatsApp, onde consegue organizar os contatos de seu interesse e participar de grupos voltados para sexo entre homens. Ele relatou que não costuma compartilhar o Instagram por se tratar de uma "rede social para a família". No entanto, ele mantém um perfil do Twitter (atual X) em que publica, de maneira anônima, vídeos nos quais têm relações sexuais com outros homens ou se masturba. De acordo com o informante, seu objetivo é utilizar o Twitter (atual X) como um "portfólio" sexual, no qual ele apresenta os seus atributos físicos e exemplos de sua performance sexual de maneira direta, o que facilitaria o processo de prospecção de parceiros sexuais.

Na experiência de Marcos, a criação de um perfil pornográfico no Twitter (atual X) efetivamente promoveu agilidade nas interações visando a encontros

---

<sup>79</sup> Expressão popular que diz respeito a manifestar desejo sexual.

sexuais. Ele relatou que ao invés de selecionar nudes para enviar para os outros usuários, por exemplo, apenas compartilha o perfil referido, o que o faz economizar tempo na busca por parceiros: *“em qualquer rede que me pedir eu mando. Pra não ficar entrando em foto, vendo galeria, porque isso perde muito tempo. Então já mando logo o perfil”* (Entrevista de Marcos, 17/02/2020). Dessa forma, para Marcos, a rede social passa a ser compreendida como uma vitrine de si e das possibilidades sexuais que ele pode oferecer aos seus interlocutores.

Em relação ao Grindr, plataforma que tende a acionar os roteiros culturais voltados para sexo seguidos pelos entrevistados, Mateus destaca um sentimento de “desconforto” e “cobrança” que seria associado ao ambiente de socialização do aplicativo. O informante sugeriu que a plataforma demanda que os processos de sociabilidade precisem ser mais velozes e certos, no sentido de promover uma sensação de obtenção de resultados concretos e de forma acelerada. A fala do entrevistado sugere que o tempo e o esforço despendidos no uso do aplicativo não podem ser em vão, uma vez que, necessariamente, deveriam ser direcionados para a obtenção de resultados satisfatórios, rápidos e garantidos. O entrevistado também associa o aplicativo a uma “peneira” seletiva, em que deverá proceder a partir de um “checklist” de atrativos e condições:

*Apesar de usar o Grindr há muito tempo, eu acho que é o que eu acabo mais usando, parece muito ser um ambiente muito desconfortável, muito... Assim, parece que existe uma cobrança muito grande, sabe? De tanto você estar falando com mais pessoas, e.... até que no Tinder isso é mais reduzido, mas acaba também que... Existe uma cobrança, no sentido de “certo, a gente tá aqui, vamos conversar rápido e resolver que caminho a gente vai seguir daqui”, sabe? [...] Lógico que, assim, de forma geral, isso acontece em todos os aplicativos. Eu sinto muito essa questão de, tipo, conhecer levemente, fazer aquele checklist, de dizer “tá, essa pessoa vai, entre aspas, me servir pra tal coisa, me servir pra aquilo”, e fazer justamente essa seleção e dizer “tá, agora eu vou partir pra um caminho onde eu vou poder esperar pra conversar um pouco mais, conhecer e tudo” ou “não, eu quero uma coisa mais rápida”. Então*

*acho que acaba como se fosse uma ponte, uma peneira.* (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)

Para o entrevistado, o Grindr é entendido como um espaço de seleção inicial no qual as opções serão apresentadas e submetidas a um diagnóstico primário. Os indivíduos reprovados nessa etapa são, assim, desconsiderados, ao passo em que os aprovados sob o crivo do usuário são eleitos para as próximas “seletivas”. Na visão de Mateus, o que está em jogo são as funções e vantagens que cada indivíduo disponível no aplicativo está apto a proporcionar. Isto é, o que os outros usuários podem oferecer para justificar o seu esforço em cortejá-los e obtê-los de fato. As funções e vantagens referidas não se limitam a um contato sexual concreto e satisfatório, mas abrangem outras demandas de ordem prática e associadas à ordem do simbólico. Entre os exemplos, está a hiperseletividade ainda mais aguçada quando se trata da busca por um namorado que será apresentado socialmente, seja para amigos, familiares ou seguidores das redes sociais. Os filtros tendem a ser ainda mais restritivos, uma vez que o indivíduo busca ser associado publicamente às características que ele considera desejáveis no outro. Isso determina inclusive os papéis atribuídos aos integrantes das redes desejantes dos usuários, que, a partir da incorporação de filtros de raça, classe, gênero e corporeidade, classificam seus pares como (não) “pegáveis”, (não) “transáveis”, (não) “namoráveis” e (não) “casáveis”.

Esses filtros tendem a ser operacionalizados a partir de termos binários, que, segundo Illouz (2019), são intrínsecos ao capitalismo visual e foram incorporados pelas tecnologias de busca de parceiros como forma de facilitar os processos de prospecção de seus usuários. Na visão da autora, o valor sexual vigente no capitalismo visual segue uma lógica binária de “desejável” / “não desejável”, o que, por sua vez, implicaria uma experiência frequente de rejeição e aquisição de uma habilidade social de rejeitar os outros, muitas vezes com base em pequenos detalhes. Desse modo, “o capitalismo escópico cria mecanismos para descartar e descartar rapidamente os outros. A rejeição e a obsolescência estão em ação no fato de que a sensualidade privilegia implicitamente os objetos de consumo para a avaliação dos outros” (Illouz, 2019, p. 152, tradução nossa).

O acúmulo dessa expertise diferenciada e os modos de usá-la para aprimorar as prospecções amorosas e sexuais é uma das promessas da ética do desejo empreendedora. Essa característica se associa à percepção de Dardot e Laval (2016, p. 147) de que o mercado é um processo de aprendizagem contínua e de adaptação permanente. Para os autores, o mercado se define por um caráter intrinsecamente concorrencial, e cada participante tenta superar os outros em uma luta incessante para tornar-se líder e assim permanecer. Nessa perspectiva, “essa luta tem a virtude do contágio: todos imitam os melhores, tornam-se cada vez mais vigilantes e, progressivamente, adquirem *entrepreneurship*” (Idem). Mais do que isso, a pura dimensão do empreendedorismo, a vigilância em busca da oportunidade comercial, seria uma relação de si para si mesmo. Dessa forma, seríamos empreendedores pois aprendemos a ser empreendedores e só através do jogo do mercado os sujeitos poderiam vir a se educar para se governarem como empreendedores. Assim, “se o mercado é visto como um livre espaço para os empreendedores, todas as relações humanas podem ser afetadas por essa dimensão empresarial, constitutiva do ser humano” (Dardot e Laval, 2016 p. 146).

As estratégias aplicadas nos processos de prospecção dos usuários são numerosas. Elas são mobilizadas de maneira orquestrada, quase automatizada, e reproduzem roteiros culturais voltados para sexo tornados possíveis pelo uso contínuo e intensificado das plataformas digitais. Os roteiros emocionais, como ponderou Illouz (2019), tendem a ser mais incertos e erráticos em termos de resultados efetivos, mas também são acionados sob o escopo da ética do desejo empreendedora. Esta, por sua vez, se retroalimenta das contínuas investidas dos indivíduos, que tendem a frustrar com maior frequência no âmbito amoroso do que no sexual. Entre tentativas frustradas e bem-sucedidas, o uso sistemático e contínuo das mídias digitais tende a desenvolver nos usuários assíduos dessas ferramentas uma expertise capaz de fomentar uma ética que beneficia diretamente as dinâmicas responsáveis pelo funcionamento regular do capitalismo de plataforma.

#### 4.3 USOS DAS PLATAFORMAS E PRÁTICAS DE SOCIABILIDADE EMPREENDEDORAS

A ética do desejo empreendedora engendra gramáticas de ação roteirizadas e ritualizadas que tendem a ser apreendidas a partir do acúmulo de experiências. Como demonstrado na seção anterior, os roteiros culturais voltados para sexo (Illouz, 2019) ou roteiros de flerte e paquera (Pelúcio, 2019) são acionados pelos agentes dessa ética de modo a obter o maior número possível de prospecções sexuais e amorosas bem-sucedidas. Conforme sublinhou Illouz (2019), esses procedimentos geralmente são incorporados para fins sexuais, uma vez que a seara das emoções tende a ser mais incerta, instável e menos propensa a atender às expectativas dos indivíduos. Dessa forma, as relações que os sujeitos associados a essa ética estabelecem costumam se situar no limite do que Illouz (2019) compreende como relações negativas.

Isso ocorre devido à incerteza que tende a atravessar todo o processo de prospecção amorosa e sexual nas mídias digitais e à frequente ausência de um desfecho que corresponda às expectativas dos indivíduos de maneira plena. A rigor, trata-se de uma lógica de consumo propriamente dita, ainda que esta não seja clara para os agentes da ética referida ou mesmo explicitada por eles. Nesse sentido, encontros sexuais insatisfatórios, rompimentos de ordem afetiva e a própria dificuldade de se desenvolver relações duradouras são componentes que atravessam os relatos dos informantes. Na perspectiva de Illouz (2019), no contexto da modernidade em rede, a tendência de não formação de vínculos que costuma orientar as relações estabelecidas na atualidade se trata de um fenômeno sociológico em si, e que é, por essa razão, detentor de uma categoria social e epistêmica por si só. Conforme argumenta a autora:

Se a modernidade inicial e a alta modernidade foram marcadas pela busca por formas de sociabilidade nas quais o amor, a amizade e a sexualidade estivessem livres de restrições morais e sociais, na modernidade em rede a experiência emocional parece escapar das definições de emoções e relações herdadas de épocas em que os relacionamentos eram mais estáveis. Os relacionamentos contemporâneos terminam, se rompem, desaparecem, evaporam e seguem uma dinâmica de escolhas positivas e negativas, que

entrelaçam vínculos e não vínculos. (Illouz, 2019, p. 33, tradução nossa)

Mas, ao cultivar relações negativas estimuladas pela ética do desejo empreendedora, os sujeitos de desejo podem ser definidos como empreendedores sexuais *per se*? Há uma rejeição deliberada à possibilidade de estabelecimento de vínculos ditos positivos por parte desses indivíduos? Ou há uma dificuldade generalizada em se engajar em relações constituídas por esse tipo de vínculo? Estas são algumas das questões sobre as quais pretendemos refletir a partir das percepções que os informantes compartilharam sobre as plataformas mais utilizadas por eles para fins amorosos e sexuais, bem como os diferentes usos que eles atribuem a cada uma delas em suas incursões digitais.

Nos relatos dos informantes, duas plataformas foram frequentemente evocadas como ferramentas paradigmáticas em termos de se empreender escolhas positivas e negativas em processos de prospecções amorosas e sexuais: Grindr e Tinder<sup>80</sup>. Embora tenha havido críticas sobre ambas as plataformas nas entrevistas, o Grindr foi majoritariamente associado a escolhas positivas, relativamente previsíveis e eficientes. Já o Tinder foi associado a escolhas negativas, imprevisíveis e contraproducentes. Essa comparação é interessante na medida em que o Grindr tende a ser compreendido como uma plataforma voltada para a busca de parceiros sexuais casuais, o que seria um atributo característico das relações negativas, e o Tinder costuma ser associado à busca de relacionamentos estáveis, um simulacro do tradicional *matchmaking*, que corresponderia a uma das formas paradigmáticas de relação positiva.

Daniel, por exemplo, classifica o Grindr como prático e efetivo, “ideal para pegação”, enquanto o Tinder seria “enrolado”, enfadonho e frequentemente frustrante em decorrência dos esforços despendidos nas

---

<sup>80</sup> Outros aplicativos de encontro voltados para pegação também foram mencionados pelos informantes, especialmente Scruff, Hornet e Growlr (este último, mais segmentado, é voltado para a comunidade de ursos). Enquanto o Scruff tendeu a ser compreendido como um substituto razoavelmente equivalente ao Grindr, mas utilizado com menos frequência, o Hornet e o Growlr foram criticados pela baixa oferta de usuários no Recife e Região Metropolitana. Além da disponibilidade restrita de usuários, ainda se justificou o pouco uso dessas plataformas por questões de usabilidade, layout e possibilidades de interação e construção do perfil.

interações não serem “recompensados”. O informante sugeriu que o Tinder seria mais um meio de aferimento do grau de desejabilidade do usuário, que seria mensurado a partir da quantidade de *matches* e cortejos, do que propriamente uma ferramenta em que se busca encontros efetivos. Daniel também afirmou que o Grindr seria mais interessante por supostamente se parecer mais com o “mundo real” do que o Tinder, no sentido de que os usuários deste seriam menos autênticos e mais propensos a performar um eu público idealizado e artificial. O Grindr é compreendido pelo informante como uma plataforma em que o usuário poderia compartilhar fetiches mais livremente e ser “escroto” nos processos de escolha, o que corresponderia a rejeitar interlocutores e explicitar as suas razões para tal.

*O Tinder parece que serve pra ver se você tá bem na fita. Tem gente que procura de fato um namoro, tem gente que procura curtição ou namoro, tem gente que usa só pra ver se é desejável ainda, se dá muito match e tal. [...] Você encontra uma pessoa a cada século. [...] Se acontecer alguma coisa, massa, mas eu não tenho uma expectativa tão forte. O Grindr é mais parecido com o mundo real. O Tinder ainda tem aquilo de Internet, de mentira. O Grindr é mais verdadeiro, dependendo do ponto de vista, porque você pode falar coisas lá que no mundo real você não fala. Você pode ser escroto. Não só ser escroto, como também falar os seus fetiches, fantasias. Você pode fazer um perfil, que não tenha o seu rosto, com um pedaço do seu corpo, e que você dê descrições de coisas sexuais que você não quer que ninguém saiba.* (Entrevista de Daniel, 29/08/2019)

João contou que chegou a utilizar cinco aplicativos voltados para encontros de maneira simultânea, em um revezamento frenético entre as plataformas, para extrair o melhor proveito, e da forma mais ágil, de sua experiência enquanto empreendedor sexual e amoroso. Em termos de prospecções bem-sucedidas, o Tinder foi o que menos teria atendido aos interesses do informante, sendo classificado por ele como um aplicativo para “amadores”: *“O Tinder é pra amador, pra menino de 15 anos. Até hoje na minha vida ele não me serviu pra nada. Porque as pessoas dão match, mas não saem dali. Conversa-se uma besteirinha e morre ali. [...] Nunca me rendeu nada”* (Entrevista de João, 13/02/2020). Na visão dele, a plataforma não

apresentaria um aproveitamento tão eficaz e imediato quanto o Grindr, que ele elegeu como exemplo de uma ferramenta que possibilita experiências bem-sucedidas. O informante, que se posiciona como um empreendedor experiente, associa o Tinder a uma ideia de empreendedorismo amador, associada a iniciantes no mercado de desejo homoerótico masculino, que precisariam desenvolver o tino de empreendedorismo para serem bem-sucedidos nas plataformas<sup>81</sup>.

Mateus e Lucas atribuem ao Grindr um sentimento de “bem-estar” devido ao fluxo de contatos proporcionado pela plataforma. Mesmo que eles lidem com rejeições frequentes, o aplicativo é apreciado em decorrência da quantidade de novas possibilidades de interações que são oferecidas, o que produz um efeito de “atenção” e interesse constantes de terceiros em relação a eles. O Tinder, por outro lado, geraria ansiedade e um sentimento de não valorização de outros usuários em relação a eles. Para Lucas, por exemplo, o sucesso no Grindr se trata de “uma coisa mais direta”: *“Porque você vai querer trepar com alguém e vai conseguir ou não. O Tinder acho que não. Quando eu usava mais regularmente, era muito raro eu conseguir um encontro que se desenvolvesse em alguma coisa. O Grindr é imediato”* (Entrevista de Lucas, 10/02/2020).

Mateus manifestou uma opinião sobre os aplicativos semelhante à de Lucas, com o adendo de que os limites impostos pelo Tinder, que restringiu a quantidade de curtidas (*likes*) diárias gratuitas para estimular a assinatura de pacotes de serviços pagos, consistem em um fator que demanda mais autocobrança e processos de autoavaliação por parte dos usuários:

---

<sup>81</sup> É interessante observar que a noção de masculinidade predatória (Prohaska e Gailey, 2010), uma característica da socialização masculina hegemônica que acarreta violências de diferentes ordens, também pode ser incorporada por homossexuais, embora seja “abrandada” em comparação à realidade heterossexual. Nesse sentido, a ideia de que seria “natural” e “edificante” ao homem o máximo acúmulo possível de relações sexuais, independentemente de como ocorram, atravessa a noção de empreendedorismo sexual tal qual compartilhada pelos informantes. O fato de esta ideia estar atrelada ao modelo de masculinidade hegemônica, que é detentor de alto valor simbólico no mercado homoerótico masculino, a aproxima, portanto, da ética do desejo empreendedora. Conforme pontuou Miskolci em orientação on-line para esta tese, no dia 14 de maio de 2024, o capitalismo de plataforma no qual essa ética está inserida atende a formas arraigadas de comportamento masculino, uma vez que o homem que sempre busca sexo é um modelo comportamental antigo atualizado nas plataformas e naturalizado em sua versão digital.

*Em relação ao bem-estar, eu acho que o que tem me assegurado mais isso, por incrível que pareça, é o Grindr. O que eu percebo do Tinder, depois que teve a limitação de likes diariamente e tudo, justamente formas de monetizar o aplicativo, é que as pessoas passaram a fazer uma seleção mais intensa, mas também passaram a fazer aquela velha história de, tipo, “tá, já que eu não posso dar os likes que eu quiser durante o dia, eu vou dar muito menos”, então você obviamente tem menos matches, e assim, pra mim, pelo menos, que usa esse aplicativo há mais tempo, começou a surgir situações de tipo: “Poxa, o que será que está acontecendo pra estar recebendo menos matches?”, sabe? Tipo, questionar situações da minha autoestima, de tipo: “Tá certo, por que isso tá acontecendo, será que é alguma coisa comigo?”. Você se sente mais fragilizado e acaba gerando uma nóia muito grande. Porque acaba que você tá o tempo inteiro tendo um acompanhamento dos números. Você tá vendo ali quantos matches você teve, quantas conversas você tá tendo, você tá vendo quantas pessoas te curtiram, que você não tá vendo, que é pra fazer a propaganda do Gold [pacote pago do Tinder]. E aí é justamente isso, você se sente cobrado pra estar tendo mais curtidas. Então você começa a querer achar outros métodos de aumentar esses números. O Grindr é mais desprezioso nisso. [...] Acaba que a expectativa quanto ao aplicativo em si, e aos resultados dele, é muito menor. Você pode falar com dez pessoas e elas não responderem, “tá, tô nem aí”. São pessoas aleatórias, então, se responderem ou não, tanto faz. Existe essa coisa de uma conversa mais rápida... É muito problemático, em várias questões, mas acaba sendo o que me cobra menos. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020).*

É interessante pontuar ainda que os usuários sugerem que, de modo geral, haveria menos exigências para se obter relações sexuais do que relações afetivas, o que faz com que aplicativos como o Tinder, mais voltados para a prospecção de relacionamentos, sejam interpretados mais frequentemente de forma negativa. Nesse sentido, o que os informantes expressam majoritariamente é uma recusa mais evidente em relação a modelos de relacionamentos fixos e duradouros do que aqueles casuais e focados no sexo.

Mateus exemplificou sua postura mais otimista em relação ao Grindr com uma comparação ao Tinder. Ele observou que uma estratégia de monetização do Tinder, a aderência a pacotes de serviços pagos, alterou significativamente sua experiência no aplicativo. A limitação de *likes* diários gerou um aumento notável no nível de exigência dos usuários, que passaram a economizar as “aprovações” que renderiam potenciais *matches* para usuários ainda mais selecionados. Conseqüentemente, o informante passou a receber uma quantidade menor de *matches*, o que fez com que ele questionasse seu próprio valor dentro do mercado de desejo homoerótico masculino. Conforme Mateus sugere, os usuários empreendedores são estimulados a se numerificarem continuamente. Não apenas a si próprios e aos seus pares (potenciais parceiros) no âmbito afetivo-sexual, mas em todas as instâncias da vida submetidas a sistematizações de desempenho via mídias digitais. Isso abrange desde aspectos de saúde, alimentação e exercícios físicos até os relativos à vida profissional e ao lazer. No escopo dos aplicativos de encontro, ser reduzido a números – especialmente a números insuficientes, que espelhariam um mau desempenho – simboliza uma falha grave para o indivíduo empreendedor.

Em contrapartida, embora o Grindr proporcione a Mateus uma sensação de “bem-estar”, também se trata do canal através do qual o informante recebeu mais ataques de ódio por conta de questões relativas à sua corporalidade e performance de gênero. A própria dinâmica do aplicativo facilita esses ataques, considerando a grande circulação de perfis anônimos ou falsos. Esse aspecto dialoga com a possibilidade de “ser escroto” na ferramenta, conforme descrito por Daniel, com o objetivo de filtrar os resultados da prospeção e aprimorar as buscas por parceiros sexuais. Dessa forma, Mateus pondera que, ainda que o Grindr proporcione uma sensação de “bem-estar” e menos cobrança em relação ao Tinder, a plataforma foi o meio através do qual ele mais foi hostilizado por outros usuários: *“Foi o aplicativo em que eu mais sofri ataque por conta da questão do meu peso, questões de... de ser mais afeminado, e tal, sabe? [...] Você vê que as pessoas criam situações muito intensas, de tipo chegar pra xingar. Pessoas até com quem eu não falei”* (Entrevista de Mateus, 07/02/2020).

Tanto o Grindr quanto o Tinder se inserem em dinâmicas caras às relações negativas em decorrência da dificuldade de formação de vínculos advinda das interações das plataformas, ainda que promovam encontros sexuais casuais de maneira efetiva ou consigam articular encontros com intenções amorosas que podem ou não se concretizar. No entanto, as relações negativas descritas por Illouz (2019) não são necessariamente compreendidas pelos informantes como um elemento negativo, no sentido corrente do termo, sob a condição de que atendam aos seus objetivos empreendedores. Os relatos apontam justamente o contrário. Em relação ao Grindr, os informantes expressaram que tendem a ser movidos por escolhas positivas, bem delimitadas e com algum grau de previsibilidade, o que os permitiriam gozar da suposta liberdade sexual proclamada em décadas anteriores. Nesse sentido, o Grindr aproxima os seus usuários de efeitos de sucesso sob os parâmetros estabelecidos pela ética do desejo empreendedora. Já o Tinder, compreendido como menos objetivo e com maior trabalho de cortejo, demanda um investimento emocional mais complexo e incerto para o qual não há garantia de retorno.

A partir dos relatos dos informantes, inferimos que a ética do desejo empreendedora tende a estimular os seus agentes a se adaptarem a diferentes cenários de modo a se manterem desejáveis e a continuarem ocupando espaços de distinção dentro do mercado de desejo homoerótico masculino. O depoimento de Mateus sugere uma influência quase cíclica das diretrizes dessa ética em diferentes momentos da carreira afetivo-sexual dos indivíduos, seja na solteirice, durante relacionamentos estáveis ou no momento que sucede os rompimentos amorosos. Cada circunstância demanda um posicionamento diferenciado do indivíduo, que deverá se reposicionar neste mercado e emitir sinais específicos para que sejam devidamente decodificados, seja para expor o “resultado” de seus esforços de prospecção (um namoro supostamente pleno e feliz) ou para ser interpelado por outros indivíduos com interesses sexuais e amorosos.

*Começa uma situação de você ter muitas opções, então o esperado socialmente é que você escolha uma opção pra ter alguém. Esperar realmente encontrar alguém que lhe faça feliz e que você seja feliz com a pessoa, e que*

*eu acho que acima de tudo você mostre que tá sendo feliz. Foi algo que eu tava parando pra pensar, na quantidade de boys que eu conheci nesses aplicativos, que enquanto eles são solteiros basicamente a postagem é pedindo biscoitos, muita selfie, não sei o quê. Quando começam a namorar é muito de momentos de, tipo, viagem com o casal, restaurante, não sei o quê, coisas pra mostrar que eles estão felizes. E no momento que você vê que a relação já não tá tão legal, que você, por um motivo ou outro descobre, ou pensa ou imagina, você vê que as postagens já, tipo, se tornam super escassas e fica sempre um rolê mais de ser... até de ser coisas mais reflexivas, sabe? Sei lá, vai postar uma frase de efeito, algo sobre trabalho, seja lá o que for. Você vê que tá fugindo um pouco do eu ou do nós, que muitas vezes se reflete muito nesses momentos. Você acompanha a narrativa da vida afetiva de uma pessoa através do que ela posta no feed das redes sociais. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020).*

A partir da fala de Mateus, observamos que os indivíduos podem se integrar ao mercado de desejo de diferentes maneiras, o que ocorre inclusive enquanto estão comprometidos em relações monogâmicas. O predomínio de uma lógica de mercado no âmbito das relações homoeróticas contemporâneas aponta para uma dificuldade latente dos indivíduos poderem, conseguirem ou quererem renunciar participar desse mercado, sob o risco de serem privados de processos de reconhecimento social de ordem desejante e de serem reconhecidos, portanto, enquanto sujeitos de desejo desejáveis. No relato de Mateus, compreendemos que a integração ao mercado de desejo pode se materializar em comunicação cifrada via mídias digitais. A partir de determinadas informações compartilhadas nas plataformas, o usuário estabelece o papel que ocupa ou deseja ocupar nesse mercado em um dado momento de sua carreira afetivo-sexual. Isso se associa a aspectos opostos como satisfação e insatisfação, disponibilidade e indisponibilidade e felicidade e infelicidade. Mesmo comprometido afetivamente, o sujeito tende a sentir a necessidade de permanecer no horizonte de desejo de seus pares e de se esforçar para se manter continuamente desejável para estes. Caso não aja dessa forma, correria o risco de se tornar irrelevante, ou não desejável, nesse mercado.

As mídias digitais lançam mão de uma série de estratégias e procedimentos para ampliar o tempo de tela de seus usuários. No caso de aplicativos de encontro e outras plataformas utilizadas para a busca de parceiros, existe a percepção, compartilhada por alguns informantes, de que se está sempre buscando “alguém melhor”, o que demanda uma imersão quase integral dos indivíduos em processos de prospecção. Marcos, por exemplo, mencionou a prática de deixar interlocutores em “modo de espera” (*stand-by*). Estes seriam contatos com quem se iniciou uma interação, mas são deixados de “reserva”, sendo apenas acionados no caso de não se encontrar “ninguém melhor”:

*É como se fosse uma vitrine mesmo, de escolha, de carne: “eu vou olhar, eu olhei pra você, achei você muito bonito, mas eu não quero você agora porque possa ser que tenha alguém melhor”. A ideologia que eles têm é isso. “Então vamos esperar um pouco, então vou ficar te enrolando lá no aplicativo, te enrolando”, “ah, agora eu tô trabalhando”, “agora eu tô ocupado agora”. Mas enquanto isso você vê que a pessoa tá on-line 24 horas, tá ocupada trabalhando mas não sai do on-line, tipo, em busca de algo melhor. Aí se não achar algo melhor, aí volta pra você. É como se você fosse um stand-by: ele lhe quer, mas você vai ficar em stand-by. Porque teoricamente você é algo bom, mas ele pode achar uma coisa melhor. Ele tá empenhado em achar. Aí se ele não achar aquele algo melhor, ele volta pro que ele tem. (Entrevista de Marcos, 17/02/2020)*

Esta oferta potencial ilimitada de parceiros, ilustrada pela ideia de contatos *stand-by* evocada por Marcos, estimula uma lógica de contatos afetivos mais imediatos e laços facilmente rompíveis, o que pode implicar na redução de relacionamentos mais duradouros e em estratégias de relacionamentos abertos, como forma de compatibilizar vínculos afetivos mais estáveis com esta possibilidade “infinita” de novas experiências sexuais com outros parceiros. Como argumentamos no capítulo 1, a ética do desejo empreendedora tem como característica fundamental a busca contínua pela melhor opção de um parceiro afetivo-sexual possível, mediante a permanência no mercado de desejo homossexual masculino. Por essa razão, não apenas indivíduos solteiros se mobilizam para permanecer neste mercado e se

guiarem pelos imperativos da ética referida, mas também aqueles inseridos em relações monogâmicas, poligâmicas, abertas ou baseadas em outros acordos afetivos. Essa inserção pode ocorrer através de traição, relações casuais com terceiros ou relações duradouras com mais de um parceiro. Como dito anteriormente, a ética do desejo empreendedora não exclui essas modalidades de relacionamento de seu escopo, mas se incorpora a elas. Dessa forma, ela passa a induzir os indivíduos continuamente a se engajarem e a buscarem posições de destaque no mercado de desejo homossexual masculino, independentemente do modelo de relação a que estejam engajados ou que estejam à procura.

É interessante pontuar que as mídias digitais para fins de encontro atendem aos interesses da ética do desejo empreendedora mesmo quando o indivíduo não sente vontade de efetivamente se encontrar com alguém para fins sexuais ou outros propósitos. Muitas vezes, essas mídias são compreendidas como plataformas de “teste” para a eficácia do próprio capital sexual do indivíduo ou um “estudo” do mercado afetivo-sexual ao qual ele está inserido ou gostaria de se inserir. Dessa forma, sentir-se desejado seria mais importante do que ter encontros sexuais concretos, por exemplo. Os aplicativos de encontro costumam acionar um elemento de vício, de incitação ao seu uso contínuo e intensificado, de modo que os seus usuários busquem se saciar com a sensação de ser desejáveis e, de certa maneira, reconhecidos enquanto sujeitos desejantes em termos sexuais e afetivos plenos. Para Daniel, por exemplo, aplicativos de encontro como o Grindr tendem a assumir dinâmicas similares a um “jogo”:

*De repente você não quer ficar com ninguém. Só quer saber se as pessoas querem ficar com você. Isso aí não é isolado. Outras coisas que eu falei, era isolado. Já houve pessoas que eu conversei sobre isso também e disseram a mesma coisa. Às vezes a gente não quer ficar com ninguém. A gente só quer saber que tem o poder pra ficar. Lógico que isso acontece também no mundo fora dali. Esse fenômeno não acontece só ali. Porque, por exemplo, eu já me peguei fazendo e vi que não era nada normal, de você seduzir alguém na rua mesmo que você nunca fosse ficar com aquela pessoa. Só porque você quer*

*sentir o gosto de que você consegue atrair os outros, se sentir desejado. Aí você fala pra você mesmo que você tá bem.* (Entrevista de Daniel, 29/08/2019)

Integrados à ética do desejo empreendedora, os indivíduos tendem a despendar parte considerável de sua rotina para se engajar em prospecções sexuais e amorosas e na manutenção de sua imagem nas mídias digitais. Os relatos sobre o tempo de uso diário de aplicativos de encontro em específico variaram de maneira significativa entre os informantes. Mateus, por exemplo, relatou que dedica a essas plataformas cerca de 1 hora por dia durante a semana e de 3 a 4 horas nos finais de semana, uma média de tempo ligeiramente menor do que a relatada pela maioria dos entrevistados. Já o maior tempo de uso foi relatado por João, que afirmou gastar cerca de 16 horas diárias nessas plataformas, em dias mais ocupados, e até 20 horas em dias livres. Questionado a respeito da quantidade exorbitante de horas de uso diário dos aplicativos, João ressaltou que não o faz de maneira contínua, mas que os utiliza como um “elemento de fundo” constante.

Os demais informantes também relataram fazer uso diário e intensificado de aplicativos de encontro. Em suas falas, há um sentimento geral de que, caso não procedessem dessa forma, estariam perdendo tempo e deixando passar oportunidades. Em muitos casos, dias de trabalho, madrugadas e finais de semana são igualmente dedicados à busca de parceiros nas plataformas:

*Eu entro de manhã, eu entro de tarde, entro de noite, entro de madrugada. [Uso aplicativos de encontro] 12 horas [por dia], sei lá.* (Entrevista de Alexandre, 14/02/2020)

*[Uso aplicativos de encontro] todo dia. Principalmente à noite. [...] Até 23h. Porque se eu dormir antes de 23h, eu acordo a tempo de sair de casa, pra trabalhar. Eu saio de 4h. Uso até 23h. De 7h30, 8h, até 23h.* (Entrevista de Tiago, 03/03/2020)

*Quando eu trabalho eu uso pouco. Geralmente nos intervalos, na hora do almoço, meia horinha. É bem fracionado. [...] Se eu não tiver fazendo nada, uso 3, 4 horas. Já cheguei a usar 12 horas por dia, conversando lorota. Porque o Grindr eu não uso só pra sexo. Eu tenho alguns amigos que a gente conversa por lá.* (Entrevista de Marcos, 17/02/2020)

Alexandre, Tiago e Marcos mencionaram o tempo de 12 horas diárias de uso de aplicativos de encontro. Enquanto Alexandre e Tiago relataram que costumam dedicar essa quantidade de horas às plataformas de maneira frequente, Marcos ressaltou que isso não ocorre sempre, já que, segundo ele, o mais usual seria um uso diário de 3 a 4 horas. No geral, o uso dos aplicativos detém um espaço bem delimitado do cotidiano dos informantes. Por vezes, tanto quanto o seu trabalho. Em alguns casos, este uso se sobrepõe ao horário de trabalho, como no caso de Tiago, que à época atuava como cozinheiro por cerca de 10 horas por dia, e de Marcos, que se revezava entre turnos diurnos e noturnos como enfermeiro. Já Alexandre, administrador de empresas então desempregado, ressaltou que ampliou o tempo de uso das plataformas desde que foi desligado de seu último emprego.

Pedro e Gabriel foram mais reticentes quanto à questão de tempo de uso diário. Ambos atribuíram ao Grindr e afins uma importância secundária, mas constante, em suas rotinas, com acessos fragmentados ao longo do dia e cerca de 1 a 2 horas de uso total:

*Horas? Não passa de... de hora, não. Se der uma hora, durante um dia inteiro, é muito. Porque justamente, eu paro, olho, aí eu vejo se tem alguém interessante. Porque se você tá parado num mesmo lugar, dificilmente vai trocar as pessoas. Aí você olha, não tem mensagem, e só vou lembrar de novo quando eu estiver entediado. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

*Todo dia tem alguém falando comigo. Durante o trabalho é raríssimo eu usar. Ontem, por exemplo, eu usei muito porque muita gente veio falar comigo. Saí com ninguém (risos), mas... mas ontem eu usei. Eu acho que o dia inteiro. Eu tava assistindo uma série e foi o tempo inteiro no Grindr. No geral, eu uso 1 hora, 2 horas por dia. Quando tenho mais tempo, passo disso, mas é bem raro. (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020)*

José, por sua vez, relatou que usa os aplicativos de encontro de 6 a 7 horas por dia. No entanto, ele lança mão de uma estratégia para continuar disponível para os outros usuários mesmo sem estar acordado: antes de dormir, ele deixa o Grindr aberto, o que garante que ele seguirá on-line por mais algum tempo e, dessa forma, em destaque no aplicativo durante parte da madrugada.

No seu raciocínio, ele estaria se abrindo para a possibilidade de ser interpelado por eventuais novos usuários, aos quais responderia assim que acordasse, de modo a extrair o máximo proveito possível da ferramenta:

*Se eu for colocar em horas, acho que umas 6, 7 horas. Todos os dias. Às vezes eu deixo ele aberto, propositalmente, quando eu vou dormir, pra ficar on-line. E quando eu me acordo aí eu vejo as minhas coisas. [...] Não sei, pra conversar com mais gente, assim. Pra mais gente falar e eu ver o que pode rolar e tal. (Entrevista de José, 14/02/2020)*

A prática relatada por José remete a dinâmicas de consumo imersivas e contínuas, tais quais associadas por Crary (2016) ao chamado capitalismo 24/7. Crary (2016) se refere a uma modalidade de capitalismo que promove um efeito incessante e invasivo sobre os indivíduos, de forma contínua e difusa, praticamente 24 horas por dia, 7 dias por semana. O autor observa que, nos anos recentes, a aceleração desse processo adquiriu velocidade e abrangência sem precedentes, em que “tudo parece ter sido colonizado pela lógica da mercadoria, do código genético das espécies (vivas e mortas) à nossa própria necessidade de contato e afeto com os semelhantes” (Crary, 2016). Na visão de Crary (2016), um ambiente 24/7 se assemelha a um mundo social, mas se trata na verdade de um modelo não social de desempenho maquínico, “uma interrupção da vida que não revela o custo humano exigido para sustentar sua eficácia”.

Se pensarmos na própria disponibilidade irrestrita ofertada por aplicativos como o Grindr, que mapeia parceiros em potencial a qualquer hora do dia, de qualquer lugar do mundo, podemos detectar a eficácia e a naturalização de um desempenho maquínico do desejo. No aplicativo, isso se dá a partir da produção de um efeito de superabundância de corpos e afetos à disposição, potencialmente capazes de suprir as demandas físicas e emocionais de seus usuários de maneira imediata. Se Crary (2016) argumenta que o capitalismo 24/7 vem tentando invadir de forma crescente a única seara que ainda não teria dominado, ou seja, o sono, o relato de José sugere que as horas de sono podem vir a constituir, no âmbito desejante, um território de produtividade e empreendedorismo.

As dinâmicas suscitadas pelas plataformas digitais também promovem a saturação de seu uso. Em geral, esse desgaste se associa tanto à intensidade de uso dessas ferramentas por parte dos usuários quanto a experiências malsucedidas ou que tenham efeito negativo sobre a sua autoestima e saúde mental. A maior parte dos informantes relatou que é comum desinstalar e, após um determinado período, instalar novamente aplicativos como Grindr, Tinder e Scruff em seus smartphones. Os informantes também relataram que não costumavam ficar sem esses aplicativos durante muito tempo, apesar dos rompantes de esgotamento mental associados ao seu uso intensificado.

Essa característica nos leva a pensar que a ética do desejo empreendedora dispõe os seus agentes em um estado de prontidão permanente (Santaella, 2004, p. 33), sob a sugestão constante de que qualquer tempo sem utilizar os aplicativos implica uma perda de chances de interações bem-sucedidas com outros usuários. Esses indivíduos se associam à tendência pontuada por Cesarino (2022, p. 102) de continuar pensando no que poderia estar acontecendo nas mídias digitais mesmo quando não estão conectados a elas, o que pode gerar “problemas de adicção ou distúrbios de saúde mental relacionados a ansiedade, déficit de atenção, depressão e outros que ecoam a dinâmica instável e não linear desses aparatos”. No caso dos informantes, se o excesso de uso das plataformas causa mal-estar ao ponto de um esgotamento e de um afastamento deliberado destas, o tempo em que eles optam por não as utilizar pode inclusive intensificar esses sintomas, o que pode os fazer retornar a elas, em uma dinâmica associada à ideia de vício.

Daniel, por exemplo, relatou que a prática de desinstalar aplicativos de encontro ocorre eventualmente, em geral causada pelo acúmulo de frustração e ansiedade associado ao uso intensificado dessas plataformas. Os intervalos até a reinstalação do aplicativo podem durar meses, semanas, dias, horas ou mesmo minutos, a depender do estado em que se encontra o informante e de seus objetivos. Apesar de haver um reconhecimento dos efeitos negativos atrelados às plataformas, como relatou Daniel, desinstalar as plataformas de forma permanente não é algo concebível, uma vez que as suas funcionalidades, do jeito que são operacionalizadas, não podem ser realocadas para outra instância. Mais do que a ideia de encontros efetivos, o que mobiliza o

informante na insistência na plataforma é a “sensação de interação”, o que pode ser relacionado a um efeito prático e imediato de reconhecimento social de ordem desejante de viés sexual: *“Eu só nunca acreditei que eu não ia usar mais. Mas já tive vários períodos que eu não usava. Teve períodos inclusive de vício, se mesclando com a ansiedade. E não era o sexo que eu queria. Era a sensação de interação. O Grindr, ele tem o poder de ser viciante”* (Entrevista de Daniel, 29/08/2019).

João relatou duas práticas empreendedoras que o estimulam a seguir se dedicando a prospecções sexuais e amorosas nas plataformas, a despeito da insatisfação que costuma obter: a criação de novos perfis e o arquivamento de registros íntimos de outros usuários. Ambas são motivadas pelas frequentes rejeições que ele relatou vivenciar nas mídias digitais. No primeiro caso, se viesse a ser rejeitado por alguém que ele desejasse de maneira significativa, João apagaria o perfil onde ocorreu a conversa e criaria um novo, no qual começaria a interação do zero com o mesmo usuário e lançaria mão de novas abordagens e estratégias de autoapresentação para fazer a conversa ser bem-sucedida: *“Eu insisto. Até conseguir o que eu quero. Ou até conseguir a pessoa que eu quero”*, explicou o informante, sugerindo que a perseverança é um traço importante do empreendedorismo ao qual adere nos aplicativos de encontro.

A segunda prática diz respeito à criação de um banco de dados em que o informante arquiva registros íntimos de seus interlocutores, como imagens pessoais e nudes. Inicialmente, esta prática foi estimulada como modo de “vingança” aos usuários que o rejeitavam. Para João, tornou-se um hábito voltar ao aplicativo com um perfil falso para interagir com o usuário que o rejeitou e se passar por outra pessoa, de modo a conquistar a sua confiança e receber imagens íntimas e obter informações pessoais. De acordo com ele, esses dados seriam arquivados em um drive na nuvem e ranqueados a partir do grau de desejabilidade dos usuários. Eventualmente, ele compartilharia esses dados com amigos, que costumam consultá-lo para checar os arquivos de determinado indivíduo e averiguar se valeria a pena “investir” sexual ou amorosamente nesta pessoa. Esse processo, teoricamente, tornaria mais certa a busca por usuários que se adequassem às expectativas e exigências do empreendedor afetivo-sexual em relação a atributos físicos e papéis sexuais.

*Eu tenho imagens de Recife inteira. Não sei por quê. Mas eu faço isso. Inclusive eu era a fonte de informação pra alguns amigos que fizeram uso de aplicativo. [...] E quando eles iam usar, aí eles começavam a conversar com uma figura determinada e me mandavam a cara e eu dizia “isso aqui é fulano de tal, de onde, não sei quê, etc.”, dava a ficha corrida da criatura. Porque, enfim, pelo uso contínuo há muito tempo, eu... de certa forma, conheço praticamente todos os usuários que usam. [...] Meus amigos dizem que meu celular vale milhões. (Entrevista de João, 13/02/2020).*

João ressaltou que detinha “imagens de Recife inteira”, “de rosto e de corpo”, e que, por isso, seu celular valeria milhões. A obtenção e o armazenamento de imagens íntimas de outros usuários sem consentimento sugerem uma tentativa de obter algum controle e um certo tipo de vantagem sobre os outros usuários, especialmente nas ocasiões em que ele se sentiu rejeitado e ofendido. Em sua fala, o informante sugere que seria merecedor desse acúmulo de conhecimento indevido em decorrência de seus esforços pessoais para coletar as informações referidas. Dessa forma, quantificar e categorizar esses indivíduos se associa a uma lógica empreendedora do desejo na medida em que se busca otimizar resultados e reduzir os demais indivíduos aos seus atributos físicos e às possibilidades afetivo-sexuais que, infere-se a partir das imagens e informações obtidas, eles poderiam oferecer.

A criação de perfis falsos ou alternativos com o objetivo de aprimorar técnicas de conquista também fez parte do escopo de ações de Daniel. Assim como já havia feito no Orkut, onde modulou perfis a partir dos segmentos de usuários que buscava atingir, o informante chegou a ter mais de um perfil simultâneo no Grindr para testar estratégias de sociabilidade, mas também para suprir carências específicas. Em um dos perfis, ele performa um “predador sexual” e oferece experiências sexuais de maneira agressiva e objetiva. De acordo com ele, este perfil suscitou interesse significativo por parte dos outros usuários, que valorizavam nele características associadas à pornografia homossexual *mainstream*. Em outro perfil, sem imagens, ele assumiu o posicionamento político de “gay de direita” para encontrar homens para conversar sobre política, liberalismo clássico e jogos de fantasia. Este último perfil, por sua vez, foi desenvolvido para suprir uma demanda de ordem

emocional de conversar com outras pessoas sobre assuntos de seu interesse, sem se limitar a expectativas sexuais, mas também sem excluí-las do horizonte.

Entre os objetivos de Daniel com os perfis alternativos está a tentativa de acelerar a curva de aprendizado dessas plataformas, de modo a colocar em prática o conhecimento acumulado a partir do conjunto dessas experiências. Ele aplica esse conhecimento no seu perfil “normal”, como ele se refere ao perfil que de fato usa para prospectar encontros sexuais efetivos. De certa forma, este perfil principal tende a equilibrar as expectativas sexuais e emocionais do informante. Ainda que o seu foco primário consista em encontros sexuais, por essa lógica, estes poderiam ser aprimorados caso não fossem impessoais.

#### 4.4 CONSTRUÇÃO DE PERFIS

De forma análoga aos roteiros culturais voltados para sexo, o processo de descrever a si mesmo on-line, textual e visualmente, está enraizado em roteiros culturais relacionados a “personalidades desejáveis”, conforme definiu Illouz (2007, p. 176). Cada plataforma demanda diferentes códigos e regras em termos de possibilidades de autoapresentação, que estão associadas à ideia de “personalidades desejáveis” compactuada internamente entre os seus usuários. Nesse sentido, cada sujeito desejante, como empresário de si mesmo, tem o papel de confeccionar o seu próprio “portfólio” e torná-lo atraente para que possa ser lido sob as prescrições normativas do regime de desejabilidade vigente. Alinhados a uma ética do desejo empreendedora, esses indivíduos tendem a fazer uso de estratégias específicas na construção de seus perfis nas mídias digitais, a fim de extrair o máximo proveito de suas incursões afetivo-sexuais.

Se percursos específicos entre os aplicativos e redes sociais constituem roteiros que tendem a ser respeitados para a otimização do rendimento dos usuários, parte significativa dos perfis públicos veiculados nessas redes atendem a especificidades para este mesmo fim. Os relatos dos informantes sugerem que essas estratégias podem ser moduladas a partir de tentativas de adequação a prescrições normativas, sobretudo imagens ou termos associados a uma masculinidade heteronormativa. Essas estratégias podem ser construídas de maneiras alternativas, a depender de como a expertise

adquirida pelos usuários vai determinar. Como observado nos relatos coletados, a experiência de rejeição tende a ser um acelerador importante da curva de aprendizado dos informantes, influenciando no aprimoramento constante de seus perfis e abordagens.

As descrições das plataformas em lojas digitais ressaltam a importância de se confeccionar perfis com potencial de “impacto” para disputar o mercado de desejo. Um levantamento feito a partir das páginas dos aplicativos na App Store, em julho de 2023, demonstra essa tendência. O Tinder, por exemplo, realça a centralidade das imagens e da autodescrição: “Use suas melhores fotos pra destacar o seu perfil e fale um pouco sobre você para aumentar as chances de dar match”. O Hornet segue o mesmo padrão em termos de indicações: “Personalize seu perfil enviando várias fotos e escrevendo uma biografia”. O Scruff compara o preenchimento de um perfil a contar uma “história” e resalta características relativas à inovação técnica: “Compartilhe sua história com várias fotos de perfil, perfis dinâmicos, álbuns privados, hashtags e muito mais. Conte para todos o que você curte com detalhes do perfil, como preferências sexuais e práticas de sexo seguro”. Já o Grindr apresenta como argumentos a “facilidade”, a “liberdade” e o respeito à autorregulação de visibilidade do usuário: “Criar o seu perfil é fácil. Além disso, você é livre para compartilhar apenas as informações com as quais se sente confortável”.

Um perfil do Grindr, por exemplo, possibilita a exposição de imagens, uma autodescrição, dados estatísticos (tipo físico, idade, altura, peso, posição sexual, etc.), informações de saúde (estado de HIV e referência ao uso de PrEP<sup>82</sup>) e expectativas em relação à interação (conversa, namoro, relacionamento, “agora”, etc.). A escolha das imagens e a seleção das informações a serem expostas consistem em autorrepresentações discursivas que dão corpo às subjetividades de seus usuários, em geral através da expressão de seus atributos físicos e psicológicos considerados desejáveis e as especificações de seu desejo afetivo-sexual. Para além de falar de si, os usuários do Grindr tendem a vender a si mesmos enquanto aquisições valiosas

---

<sup>82</sup> A PrEP corresponde à Profilaxia Pré-Exposição, um método de prevenção ao HIV que começou a ser distribuído pelo SUS em dezembro de 2017.

dentro de um mercado regulado por uma alta competitividade de desejos, corpos e afetos.

Dessa maneira, a construção de um perfil requer uma racionalização acerca das melhores maneiras de se posicionar enquanto um indivíduo desejável, de modo a captar a atenção de outros usuários inseridos em um competitivo fluxo de flerte e “caça”. Em termos de representações visuais, Miskolci (2017a) observou que em plataformas de encontro voltadas para homossexuais existe um predomínio de perfis representados por imagens de diferentes partes do corpo, como dorsos e braços, em detrimento de rostos identificáveis<sup>83</sup>. Um levantamento realizado no escopo desta pesquisa com 120 perfis do Grindr, entre junho e julho de 2019, na cidade do Recife, no mesmo recorte geográfico no qual os informantes desta tese foram convocados, reafirma as observações de Miskolci (2017a). A maior parte dos perfis coletados expunha como imagem principal dorsos e outras partes do corpo sem exibir o rosto (45,8%), seguidos de perfis com rostos identificáveis (21,6%), perfis sem imagem nenhuma (20,8%) e perfis ilustrados com imagens genéricas, como paisagens, desenhos ou mensagens motivacionais (11,6%).

Na perspectiva de Illouz (2019, pp. 134-135), o conjunto dessas imagens compõe um organizado mercado visual de perfis disponíveis ao público das plataformas. Neste mercado, corpos são convertidos em imagens, que se tornam mercadorias a serem comercializadas. Para a autora, essas transações ocorrem sob o regime escópico que foi ampliado e intensificado pelo advento de mídias digitais, que dispõem os indivíduos na posição de apresentar um eu idealizado e atraente diante de parceiros amorosos e sexuais em potencial. A circulação desse eu, por sua vez, se dá em uma variedade de plataformas visuais que formalizam a mercantilização de corpos e encontros sexuais. Nesse contexto, Illouz (2019, p. 137) ressalta que os indivíduos são submetidos a avaliações visuais através das quais são julgados acerca do grau de desejabilidade que eles expressam a partir das autorrepresentações que compartilham nas plataformas.

---

<sup>83</sup> Miskolci (2017a) ressaltou a impossibilidade de publicar imagens consideradas pornográficas nos perfis públicos de aplicativos de encontro em decorrência de acordos legais entre essas plataformas e as empresas de Internet.

Em termos de autoapresentação visual nos aplicativos, os relatos dos informantes reafirmam a valorização atribuída a uma performance de masculinidade heteronormativa. Isso ocorre a partir da exibição de determinadas partes do corpo consideradas “viris” ou de símbolos que evocam um imaginário cultural heteronormativo, de modo a demarcar um afastamento do estigma de ser um homossexual considerado afeminado. Alexandre, por exemplo, mencionou a preferência por imagens nas quais exibe uma camisa de time de futebol. *“Uma foto misteriosa, tipo, de camisa de time, todo mundo quer saber quem tá ali por trás. Então vai chover ali gente com curiosidade de saber quem é tu”,* detalhou, explicando que essa escolha projetaria uma imagem de “machão”: *“Acho que é mais machão, né? Sei lá. Time é o cara curtir futebol e tal, deve ser machão e tal. Porque a galera hoje tá correndo de afeminado, né? A maioria que conversa comigo pergunta: ‘tu é afeminado?’, ‘tu é isso?’, ‘tu é discreto e tal?’. Entendeu?”* (Entrevista de Alexandre, 14/02/2020).

A questão da exibição de imagens públicas nas plataformas é encarada de formas distintas pelos informantes. João, por exemplo, relatou que não utiliza imagens no perfil público do Grindr, mas o faz no Tinder, em decorrência de exigências da plataforma e do acordo tácito que há entre os usuários da ferramenta. A opção por não exibir o rosto no Grindr estaria relacionada tanto à “autoproteção” quanto ao fato de o informante se considerar uma “figurinha repetida”, o que implicaria em uma perda de valor dentro do aplicativo, uma vez que ele não seria visto como uma “novidade” e valorizado como tal. A “autoproteção” à qual ele se refere não está associada à possibilidade de uma agressão homofóbica, mas a constrangimentos e ofensas no âmbito do aplicativo: *“Não é por causa de sigilo - eu tô pouco me fodendo pra isso. Mas é uma questão, de certa forma, de proteção, para evitar - não para evitar -, mas para adiar a rejeição”* (Entrevista de João, 13/02/2020).

No Tinder, uma rede onde o anonimato não é frequente ou bem-vista, João publica imagens de rosto mesmo sem se sentir confortável com isso. Como as interações ocorrem através de *matches*, ou seja, a partir de escolhas mútuas, os usuários precisam “aprovar” um perfil antes da possibilidade de ocorrer alguma interação entre eles. Dessa forma, as chances de alguém rejeitar a sua imagem seriam menores do que no Grindr, uma vez que o *match*

já teria sido estabelecido. Mas, por entender que o Tinder se trata de um investimento a longo prazo, que demandaria esforços mais pacientes e com menos garantia de serem recompensados, ele é um usuário mais assíduo do Grindr. Dependendo de uma única plataforma para suprir as próprias demandas afetivo-sexuais não é uma atitude estimulada pela ética do desejo empreendedor. As chances serão maiores quanto maior for o esforço de seus agentes e mais ampla a sua inserção no mercado de desejo. Por essa razão, João adere a uma perspectiva pouco otimista acerca do Tinder, que considera ser um aplicativo para amadores: *“Eu não boto muita fé no Tinder, nesse sentido, quero dizer. Eu não vou ficar esperando um match pra poder transar”* (Entrevista de João, 13/02/2020).

A opção de João por não compartilhar imagens de rosto em seu perfil público no Grindr, mas de fazê-lo contra a própria vontade no Tinder, dialoga com o entrave que outros informantes relataram ter com a própria imagem. Conforme registramos na seção anterior, Lucas e José, por exemplo, contaram que evitavam a etapa de compartilhar os seus perfis no Instagram como modo de se prevenir de uma rejeição antecipada em decorrência de uma possível não aceitação de sua imagem. De acordo com eles, as chances de rejeição diminuiriam caso eles tivessem a oportunidade de “conquistar” o interesse de seus interlocutores de outras formas, fosse através de conversas ou de uma seleção de imagens ou nudes que os favorecessem particularmente.

As imagens no contexto das mídias digitais se associam a uma questão de reconhecimento fundamental. Sobre esse ponto, Illouz (2019) evoca Honneth (2003; 2013), para quem o reconhecimento está atrelado a dois elementos centrais: um perceptual, relativo a ver uma pessoa e registrar a sua presença, e outro simbólico, que diz respeito a reconhecer o status social e o valor de uma pessoa a partir de um certo consenso social. Baseada em Honneth (2003; 2013), Illouz (2019, p. 137) ressalta que registrar a presença de outras pessoas depende de ferramentas morais e cognitivas historicamente variáveis. Dessa forma, “a visualização da personalidade e das relações sociais implica novos modos de apreensão e percepção, que, por sua vez, afetam profundamente o reconhecimento. A avaliação é um desses modos de apreensão que afeta o ato perceptivo do reconhecimento” (Idem).

A avaliação praticada continuamente pelos indivíduos teria se tornado uma característica comum de sua orientação cognitiva, voltada para a identificação do valor, com os indivíduos sendo simultaneamente avaliadores e avaliados da mesma forma que são consumidores de imagens e se transformam em imagens para o olhar dos outros. Na visão da autora, “a sexualização da personalidade transforma os encontros em performances de avaliação visual” e, uma vez que a avaliação visual tem diferentes características cognitivas importantes, “ela tem consequências para as maneiras pelas quais os relacionamentos são formados e desfeitos”. A avaliação visual tenderia, portanto, a privilegiar aqueles que se aproximam de modelos e códigos associados a padrões de atratividade e a descartar aqueles que não se aproximam destes, criando, assim, grandes grupos de pessoas que são classificadas como pouco atraentes (Illouz, 2019, p. 137, tradução nossa).

Esses três atributos da avaliação visual – velocidade, unilateralidade e caráter binário – tornaram-se ainda mais formalizados e institucionalizados por aplicativos como o Tinder, transformando pessoas em imagens e perfis consumidos. A principal inovação tecnológica do Tinder consistiu justamente em possibilitar a velocidade e a binaridade (o “deslizar para a direita ou para a esquerda”). Isso implicou a capacidade de implementar um atributo de avaliação visual formalizado pelas tecnologias da Internet, ou seja, o fato de que sua velocidade permitiu um volume muito maior de interações. Deslizar para a direita ou para a esquerda exige uma forma rápida de avaliação puramente baseada na visualidade, o que permite a seleção e a interação rápidas, mais eficientemente voltadas para parceiros sexualmente desejáveis. (Illouz, 2019, p. 138, tradução nossa)

Diferentemente de João, Pedro afirmou que não tem receio de expor o rosto nos perfis dos aplicativos. Como João, Pedro é branco, magro, afeminado e morador de um bairro de classe média do Recife. Mas, durante a entrevista, ele sustentou o argumento de que sua autoestima seria elevada a despeito de eventuais frustrações em decorrência de interações nas mídias digitais. Para Pedro, é importante que seus perfis apresentem uma foto de rosto em que ele se considere bonito. Ele ainda costuma preencher a autodescrição dos aplicativos com frases que considera capazes de intrigar os seus interlocutores em potencial, de modo que eles se engajem em abordagens espontâneas ou não o rejeitem caso não tenham gostado de sua imagem. De acordo com o

informante, esta seria uma estratégia para aumentar as chances de interações on-line se converterem em encontros presenciais. Quanto às imagens, Pedro relatou que as escolhe a partir das especificidades de cada aplicativo:

*Eu escolho fotos diferentes. O Grindr, o Scruff e o Growler [aplicativo voltado para homossexuais que são ursos e/ou têm interesse por ursos] basicamente são a mesma coisa, que eu colocaria, talvez variando as fotos, que eu gosto de estar variando as fotos. O Tinder, pra mim, é o que as pessoas estão mais interessadas em conversar. Então aí eu tento deixar, assim, imagens de forma que dê alguma coisa pra pessoa puxar um papo. Sei lá, eu boto que sou nerd, gosto de animé, alguma coisa do tipo. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

Tiago atribui um outro sentido à exibição do rosto nos perfis de aplicativos nos quais o anonimato é um lugar-comum. Para este informante, exibir uma imagem de rosto no Grindr, por exemplo, comunicaria uma mensagem de segurança acerca da índole do interlocutor. Na perspectiva do entrevistado, se o usuário expõe o rosto publicamente no aplicativo, ele seria uma pessoa “correta”, que não se esconderia no anonimato – “uma pessoa direita, que trabalha, que estuda, que é toda certinha, que eu digo que é de família”. Para além de ser vistos pelo informante como um componente associado à própria segurança e a uma suposta idoneidade do interlocutor, usuários com imagens de rosto constituem de antemão um filtro prévio que permite que ele se engaje em interações que de fato o interessem e possam qualificar a sua prospecção.

Mais do que em termos quantitativos, aos usuários das plataformas interessa a obtenção de resultados qualitativos, o que implicaria a conversão de interações no âmbito do aplicativo em encontros sexuais ou relacionamentos duradouros. Nesse sentido, para se aproximarem de indivíduos que correspondam à sua ideia de “personalidades desejáveis”, eles precisam desenvolver estratégias visando a determinados “nichos de mercado”. Para João, por exemplo, é importante que seus interlocutores demonstrem ter um nível de cultura que ele considere alto. Por essa razão, ele costuma se apresentar em seus perfis com trechos de livros e canções que definam o seu gosto cultural, além de também se utilizar do espaço de autodescrição para expor uma visão política “antifascista” (“*Pode ser um deus grego, talhado à*

*mão, mas se eu sinto o cheiro de bolsominion [apoiador do ex-presidente Jair Bolsonaro], não há conversa” (Entrevista de João, 13/02/2020). Assim como no caso de João, a estratégia de “intelectualização” do perfil foi mencionada por Lucas, para quem encontrar indivíduos com interesse por cinema, por exemplo, corresponderia a uma busca por parceiros mais qualitativa e direcionada.*

De forma semelhante a Pedro, que adapta as informações e imagens que julga mais adequadas para cada aplicativo, Lucas costuma modular as autorrepresentações de seus perfis de acordo com as dinâmicas estabelecidas por cada plataforma. Além da variação de imagens e autodescrições, a estratégia do informante de inserção e adequação ao mercado homoerótico masculino abrange a incorporação de personas distintas para cada aplicativo ou mesmo para cada interlocutor. Para ele, a aquisição de uma expertise no uso dos aplicativos capacitaria os sujeitos a mimetizar os perfis e comportamentos performados pelos outros usuários, de modo a possibilitar a adequação a múltiplas demandas para ter mais chances de obter resultados efetivos em diferentes circunstâncias. Enquanto o seu perfil do Grindr tende a ser mais “neutro” para que ele se adapte, nas interações, às especificidades que o seu interlocutor venha a expressar, no Tinder o seu perfil adere a uma autodescrição bem-humorada, o que seria uma estratégia para secundarizar a centralidade de sua imagem no processo de prospecção com seus interlocutores.

*Eu crio umas personas pra cada perfil. Acho que no Grindr eu sou mais... neutro. Dependendo de quem aparecer, eu me moldo à situação. E no Tinder eu tento fazer a linha engraçado, posto umas palhaçadas, sei lá. E no... no Instagram, eu não sei se eu tento ser mais profissional, de alguma forma. Postar umas fotos tratadas. Pensar muito bem no que é que eu vou colocar. No Instagram ainda rola um pouco de curadoria. [...] Eu acho que você, depois de um tempo usando, começa a mimetizar um pouco do comportamento... mimetizar não, né, entender o comportamento das pessoas de uma forma geral, de tipo, nas três primeiras falas você consegue entender se é uma pessoa que tá aberta a conversar, falar alguma besteira, antes de marcar alguma coisa, ou se é uma pessoa muito direta ao ponto. Então eu acho que tento super entender qual é a da pessoa pra me adaptar e ver se rola alguma coisa. Se eu*

*vejo que que o cara é muito de fora do meio, eu tento... não falar de Lady Gaga.*  
(Entrevista de Lucas, 10/02/2020)

O entrevistado relatou que adapta não apenas o seu perfil a depender do aplicativo que acessa, mas também as práticas de sociabilidade a que adere, de acordo com o que considera serem as expectativas de seus interlocutores. Assim como a construção personalizada dos perfis para cada aplicativo, essa decisão denota uma mobilização de estratégias de comunicação que tem como fim a obtenção de melhores resultados na busca por um parceiro afetivo-sexual. Por essa fala, inferimos que a ética do desejo empreendedora demanda dos sujeitos de desejo uma capacidade de adaptação a situações adversas, assim como uma disposição diferenciada para conquistar os seus objetivos, ainda que custe ao indivíduo negar a si mesmo para atender às expectativas de terceiros. No âmbito do mercado de desejo homoerótico, em que há disputa ávida por território, o compromisso do indivíduo com o seu próprio “eu autêntico” não é mais importante do que a obtenção de resultados concretos e satisfatórios que lhe possibilite ser reconhecido enquanto um sujeito desejante que é desejável.

José e Marcos, ambos homossexuais negros e moradores de localidades suburbanas (Cordeiro, no Recife, e Salgadinho, em Olinda), relataram ter sofrido ataques racistas nos aplicativos. Os dois informantes mencionaram ofensas violentas, práticas de *ghosting* frequentes e recusas explícitas de interlocutores de manterem uma conversa em razão de seu tom de pele, associado a estereótipos sociais difamatórios. A violência sistemática sofrida por eles os levou a se reposicionarem de maneira radical no mercado de desejo que integram. Com o objetivo de obterem uma valoração e um espaço diferenciados nesse mercado, eles se apropriaram do estereótipo do “cafuçu” na construção de seus perfis. Isto é, a representação de um homem negro, em geral periférico, hipersexualizado e viril – uma construção que se associa de maneira perversa ao histórico da colonização brasileira e à condição racista latente do país.

Para José, o incômodo com a fetichização de sua negritude é recorrente, ainda que ele a instrumentalize a seu favor com o objetivo de tornar suas prospecções mais ágeis e produtivas: “Às vezes me incomoda, mas eu uso

*isso, esse lance de ser negro e a galera ter esse fetiche. Quando eu tô a fim de um sexo mesmo, assim, eu uso essa coisa, sabe? Pra ser algo mais rápido e com alguém que eu ache interessante".* Por essa razão, no perfil do Grindr, por exemplo, ele deixa à mostra uma foto em que aparece uma parte de seu corpo, um aviso de que não manda *nudes* e a insinuação de que a pessoa interessada “precisa se garantir” – o que, segundo ele, aguçaria a imaginação de seus interlocutores pela associação aos supostos atributos físicos de um “cafuçu”. Nessas circunstâncias, a autoestima é uma variável importante, uma vez que, segundo o informante, ele mobiliza este recurso apenas quando se considera mentalmente saudável. Apesar disso, é importante observar que o próprio acionamento do recurso referido pode afetar negativamente a autoestima do informante, ainda que isto não tenha sido mencionado.

*Depende de como eu tô no momento. Assim, às vezes, quando eu tô bem, com a autoestima legal, a vida tudo certo, eu uso a meu favor. Se for pra transar com alguém, eu transo e pronto. A pessoa vai embora, pra mim tá ok. Agora já aconteceu de ficar, de, sei lá, transar com a pessoa e depois passar na rua e ela fingir que não me conhecia. Isso já me incomodou. Eu saber que ela só queria aquilo por conta daquilo e tal. Aí varia muito, de como é que eu tô no momento, como tá a cabeça, minha autoestima e tal. Varia. Não tenho regra não.* (Entrevista de José, 14/02/2020)

Marcos costuma manter seus perfis em aplicativos de encontro o mais “neutro” possível. Para ele, o percurso da conversa, de conhecer o seu interlocutor aos poucos, é mais proveitoso, do que apresentações prévias. No entanto, para “garantir” o interesse e a atenção da pessoa com quem conversa, ele compartilha o perfil do Twitter (atual X) em que publica vídeos pessoais eróticos, como uma vitrine de suas potencialidades e atributos físicos e sexuais. Marcos também afirmou que costuma instrumentalizar o fato de ser negro para otimizar o rendimento nos aplicativos a partir de um viés sexual mais marcado. O perfil erótico no Twitter (atual X), além de ser um “catálogo” prático para suas prospecções, contribuiriam para alimentar o imaginário que ele deseja projetar naqueles que o buscam pela fetichização de sua etnia. O entrevistado ressaltou que essa atitude se trata de uma *troca* de onde todos os envolvidos sairiam satisfeitos.

*Me enquadro também, às vezes, dentro do perfil do cafuçu. Porque geralmente gente morena, de cabelo cacheado, geralmente tem - não que seja generalizando, de “ai, porque todo preto tem cara de marginal” -, mas tem essa fantasia, o negro, cafuçu, periferia, sabe? Tem essa fantasia, mesmo que você não seja. Mas o pessoal fantasia isso na cabeça. Eu acho isso muito engraçado. Então eu me enquadro dentro desses grupos. Eu particularmente não gosto de rótulos, mas eu acho isso engraçado porque, de todo jeito, isso vai ser uma coisa que vai ser hoje, não vai ser uma coisa que você vai levar adiante. Não vai ser um relacionamento, vai ser apenas um momento. Entendeu? Um episódio. É uma troca. Cada um vai se satisfazer de uma maneira. (Entrevista de Marcos, 17/02/2020)*

Tanto José quanto Marcos relataram que se apropriam de um estereótipo considerado degradante e o instrumentalizam enquanto “moeda de troca”, como forma de se engajarem a uma ética do desejo empreendedora e poderem participar de maneira mais competitiva do mercado de desejo que integram. Como ocorre com a própria lógica neoliberal da qual deriva, a ética referida não necessariamente exclui ou invisibiliza sujeitos não normativos dentro de seu raio de alcance; ela os inclui, mas no limite dos seus termos. Essa ética acolhe e instrumentaliza esses indivíduos sob os termos que o mercado identifica como adequados e produtivos. No caso dos informantes, isso se deu sob um processo de fetichização que, a despeito de os disporem em uma posição almejada por eles no mercado de desejo homoerótico masculino, não levaria em consideração suas subjetividades de modo geral e os desumaniza. Nesse sentido, a ética do desejo empreendedora não hesita em demandar de seus agentes a submissão a situações e circunstâncias violentas em nome da suposta obtenção daquilo que ela constantemente anuncia como valioso, meritório e desejável.

É importante ressaltar que existe uma multiplicidade de experiências relativas ao uso de aplicativos de encontro por parte de homossexuais negros no Brasil, conforme atestam as pesquisas de autores como Castro (2019) e Ferrari (2021). Assim como descrito nesta tese, uma dessas experiências diz respeito ao aspecto da fetichização de corpos negros e à incorporação dessa percepção por parte de usuários negros como modo de otimizar o acesso a

enquadramentos de afeto e desejo de seus pares, especialmente aqueles inseridos em padrões homoeróticos vinculados à branquitude, à virilidade e à magreza. Como Ferrari (2021, p. 344) destacou, “percebe-se como os mitos relacionados à sexualidade e raça são latentes”, uma vez que “a sexualidade do homem negro está associada a uma sexualidade primitiva, menos civilizada e mais ‘animalizada’, o que faz com que, “ao homem negro, mesmo que gay, espera-se que este seja apenas sexualmente ativo, demonstrando a conjectura cultural entre sexualidade, gênero, orientação sexual, raça e o social”.

Conforme colocado por Raj (2011, tradução nossa), os encontros entre corpos possibilitados por aplicativos como o Grindr “são marcados por perfis e conversas que filtram e governam a intimidade por meio de normas disciplinares sobre raça, masculinidade, branquitude, estética física e geografia”. Na visão de Raj (2011), a branquitude é especialmente vista como uma forma privilegiada de capital desejante, o que habilitaria determinados corpos a se “passarem” como “brancos”, enquanto marca os corpos que não o fazem. Conforme observado nos relatos de José e Marcos, “os ‘outros’ raciais são produzidos nessa economia do desejo como fetiches ou objetos repugnantes” (Raj, 2011, tradução nossa).

Em consonância com Raj (2011), Bourcier (2020, p. 19) compreende o mercado neoliberal como uma instância de produção de veracidade e subjetivação que determina as diretrizes do mercado de desejo atual. Dessa forma, questionamentos sobre o quanto alguém “produz” ou o quanto alguém “vale” são postos aos indivíduos por um regime de produção de verdade do sexo e do gênero indexados, sexual e racialmente conectados a este mercado. Na tentativa de se apresentarem enquanto indivíduos “desejáveis”, portanto, os indivíduos vivenciam tensionamentos e violências acionados por marcadores sociais do desejo, tais como raça, classe, performatividade de gênero e corporalidade, que tendem a ter um impacto significativo em suas experiências de empreendedorismo sexual e amoroso nas plataformas digitais.

#### 4.5 ADESÃO A UMA LINGUAGEM MERCADOLÓGICA

É importante sinalizar que, em diferentes momentos das entrevistas, os informantes aderiram a elementos de uma linguagem mercadológica para

expor as suas visões de mundo. Isso ocorreu com maior frequência quando se tratava sobre sociabilidades homoeróticas masculinas, geralmente em referência a dinâmicas associadas a aplicativos de encontro. O uso de determinadas palavras e expressões sublinham um caráter fundamentalmente transacional que esses indivíduos atribuem aos processos de prospecção de parceiros nos quais se engajam nas plataformas. Essa observação nos fez ponderar acerca do impacto da ética do desejo empreendedora não apenas nas práticas de sociabilidade digitais como um todo, mas também na modulação da linguagem, nos modos de leitura da realidade e nas demais expressões de subjetividade relacionadas aos sujeitos desejantes na atualidade. Pode-se dizer ainda, com base em pesquisas de outras áreas, que o impacto do discurso empreendedor na linguagem, associado nesta literatura específica ao termo neoliberalismo, não se restringe à esfera afetivo-sexual, mas vem se manifestando no mercado de trabalho, na educação, na mídia, no âmbito religioso<sup>84</sup> e em diversos outros setores com penetração difusa no cotidiano dos indivíduos (Bloom, 2017; Giroux, 2002; Shin e Park, 2015; Sardoč, 2021; Rojo e Del Percio, 2019; Casaqui, 2019).

A incorporação gradual do discurso empreendedor na esfera afetivo-sexual se entrelaça à difusão do ideal de liberdade presente nos discursos liberais ligados a uma suposta liberdade de gênero e sexualidade pós-Revolução Sexual, ao qual Illouz (2019) se refere como liberdade negativa. Na visão de Illouz (2019, pp. 23-24), esta noção de liberdade possibilitou que a linguagem e as práticas do mercado de consumo remodelassem o vocabulário e a gramática da subjetividade. Dessa forma, a mesma linguagem dos interesses, do utilitarismo, da satisfação instantânea, da ação centrada no ego, da acumulação, da variedade e da diversidade de experiências agora permearia os vínculos românticos e sexuais<sup>85</sup>. A liberdade negativa, por assim

---

<sup>84</sup> No campo religioso, o discurso empreendedor neoliberal tem como exemplo de destaque a corrente neopentecostal Teologia da Prosperidade, desenvolvida nos Estados Unidos, no século XIX, e disseminada no Brasil a partir da década de 1970, através de nomes como o bispo Edir Macedo, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus. Para mais informações, ver Silveira (2007), Lemos (2017) e Stinguel (2020).

<sup>85</sup> Em sua reflexão sobre a apropriação do ideal de liberdade por parte do liberalismo no que diz respeito à agenda da Revolução Sexual, Illouz (2019) afirma que é fundamental propor investigações sobre o significado e o impacto da liberdade, sem, no entanto, questionar o progresso moral que as lutas dos movimentos feministas e LGBT representam. Sobre esta questão, a autora reflete que, ao apoiar as conquistas históricas desses movimentos e ao

dizer, é estimulada à exaustão pelas plataformas, seja em suas descrições nas lojas digitais, no design atrelado aos seus produtos ou na própria concepção de suas funcionalidades. Estes são elementos que direcionam o uso “ideal” das plataformas – em geral, máximo e contínuo – e moldam as dinâmicas de sociabilidade e autoapresentação que tomam corpo nessas instâncias.

Dessa forma, uma subjetividade sexual organizada pela cultura consumista e tecnológica entra em conflito com a ideia de “sexualidade emancipada” pós-1968, “porque tal sexualidade acaba por reproduzir, compulsivamente, os próprios esquemas de pensamento e ação que fazem da tecnologia e da economia os motores e modeladores invisíveis de nossos laços sociais” (Illouz, 2019, p. 24, tradução nossa). Sobre este ponto, cabe uma reflexão pertinente da autora a respeito de uma reestruturação da subjetividade sexual:

Se o neoliberalismo notoriamente acarretou o fim da normatividade nas transações econômicas (transformando as instituições públicas em organizações com fins lucrativos e transformando o interesse próprio na epistemologia natural do ator), não há razão para não perguntar se a liberdade sexual não tem efeitos semelhantes nos relacionamentos íntimos, ou seja, se não marca o fim da normatividade ao naturalizar o prazer egocêntrico e instituir a competição sexual e a acumulação sexual, deixando assim os relacionamentos sem regulamentação por códigos morais e éticos. Em outras palavras, será que a liberdade sexual se tornou a filosofia neoliberal da esfera privada, um discurso e uma prática que derrete a normatividade das relações, naturaliza a ética do consumo e a tecnologia como uma nova forma de auto-organização emocional e torna o núcleo normativo e moral da intersubjetividade menos inteligível? (Illouz, 2019, p. 24, tradução nossa)

Em termos de aderência a uma linguagem mercadológica, o que implicaria em uma nova forma de auto-organização emocional, nos termos de Illouz (2019), os relatos dos informantes ressaltam uma penetração importante da cultura empreendedora na forma com que eles compreendem as próprias dinâmicas afetivo-sexuais nas quais estão envolvidos. Ao longo das entrevistas,

---

continuar a batalha em prol de suas causas, é importante não deixar de investigar como o ideal moral da liberdade foi inserido histórica e empiricamente nas estruturas de mercado. Nesse sentido, seria importante compreender como ideias e valores, uma vez que se tornam parte das instituições, podem tomar rumos que não coincidem completamente com as intenções de seus defensores. Essa compreensão poderia contribuir, portanto, para reavivar o ideal original de liberdade que motivou a criação desses movimentos.

foi recorrente a associação entre os processos de prospecção de parceiros e transações econômicas, investimentos, experiências de consumo, apostas e expressões comumente associadas ao mercado financeiro ou a dinâmicas de consumo, como lucro, troca, retorno e resultados negativos ou positivos.

Mateus classificou a disponibilidade de parceiros em potencial nas mídias digitais como um cardápio de restaurante, de maneira semelhante a Marcos, que a associou a produtos expostos em vitrines ou pedaços de carne em açougues, de modo a ilustrar a abundância de opções e a hiperseletividade associadas a uma experiência de consumo: *“É como se fosse uma vitrine, de escolha, de carne: ‘eu vou olhar, eu olhei pra você, achei você muito bonito, mas eu não quero você agora porque possa ser que tenha alguém melhor”* (Entrevista de Marcos, 17/02/2020). Para Marcos, o aspecto transacional atrelado à busca de parceiros se associa também a um investimento de risco iminente, razão pela qual se esperaria por um investimento mais “seguro” e “estável”, com mais chances de se corresponder às expectativas do indivíduo a médio ou longo prazo. A rigor, trata-se da prática de deixar determinados contatos em “modo de espera” (*stand-by*), conforme discutido anteriormente, na expectativa de que surja uma opção de parceiro mais adequada.

Marcos ainda se utilizou do aplicativo de entrega de refeições iFood como metáfora para a dinâmica de busca de parceiros sexuais no Grindr, conforme argumentou:

[O Grindr] *cumpr*e o objetivo. *“Eu quero transar”, “vou buscar”, “busquei”, pronto. É como se fosse uma compra no mercado, um fast food mesmo: “hoje eu quero comer algo diferente”. Vou lá, clico naquilo que me atraiu e pronto, e como. Você quer comer uma comida, você vai lá e busca. Você tá com fome, você abre o iFood, você vai procurar uma comida que lhe agrada, a culinária que vai lhe satisfazer naquele momento, o desejo que você tá. Mesma coisa é no aplicativo: você vai abrir o Grindr, você vai olhar mais de 10 mil fotos, você vai ver aquele perfil que mais lhe agrada, sexualmente falando. Vai clicar nele, vai ter uma resposta positiva ou negativa. Se for positiva, você já marca e se satisfaz, com aquilo que você quer.* (Entrevista de Marcos, 17/02/2020).

De maneira análoga a Marcos, Gabriel partiu de uma metáfora entre opções alimentares de um restaurante para descrever as dinâmicas de sociabilidade no âmbito dos aplicativos de encontro, as quais comparou a um “cardápio”:

*No momento que você chega e transforma o sexo e a relação afetiva em um cardápio, por que eu vou pra um restaurante só? Por que eu vou comer um prato só? Entendesse? Mesmo que esse prato me dê todas as coisas necessárias que qualquer outro prato que eu fosse comer no aplicativo daria. Eu estou levando bem em consideração que os aplicativos são cardápios e que as pessoas são refeições. Uma refeição que eu amo muito, por exemplo, parmegiana, ela vai me deixar tão satisfeito quanto se eu comesse um filé ao molho madeira. Mas eu amo muito parmegiana, e eu tenho uma relação com o parmegiana. E aí eu tenho essa relação com o parmegiana, mas eu quero também comer o filé à Chateaubriand, quero comer também um filé ao molho de madeira, entendeu? Só que eu estou falando isso de pratos. As pessoas não são pratos. Se eu comer o filé à Chateaubriand, o parmegiana vai continuar lá, porque ele é um filé à parmegiana. E as pessoas não entendem isso. As pessoas não têm a responsabilidade com quem eles estão, entendeu? Não têm, tipo assim, a sensibilidade de, tipo, “será que de alguma forma eu estou magoando fulaninho?”. E quando magoa, tem a cara de pau de dizer “mas foi o que a gente acordou”. “E o que importa se foi isso que a gente acordou? Eu estou me machucando, foda-se o que a gente acordou”. (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020).*

O uso contínuo de aplicativos de encontro tende a moldar o padrão estipulado pelos usuários em relação a parceiros em potencial. A ética do desejo empreendedora, dessa forma, produz nos seus agentes a crença de que o esforço árduo e meticuloso empreendido na busca por um parceiro afetivo-sexual seria recompensado ao se encontrar alguém que corresponderia ao padrão desejado pelo indivíduo. Na perspectiva de Mateus, as mídias digitais elevam o nível de exigência dos usuários em geral, causando uma hiperseletividade que muitas vezes se sobrepõe à própria ideia de ter um encontro efetivo.

*Quando eu comecei a usar, de certa forma eu não tinha muita noção dessas questões. E até assim, essas questões que eu tinha quanto à autoestima e tal acabavam me afetando muito mais porque eu via que vinha dessas situações de tipo, estar achando que eu não estava agradando muito. Depois eu fui notando que, tipo assim, que entre as pessoas que costumavam usar há mais tempo, essa noção de você ter ali, de certa forma, um “cardápio” de você estar vendo várias pessoas, de vários jeitos diferentes e tal, elas costumam ter um padrão muito alto. É justamente assim, tipo, “ó, eu sei que eu consigo pegar até pessoas desse jeito, então eu vou manter e só vou querer pegar esse tipo de pessoa”. Eu não concordo com a prática, mas vejo que isso é muito comum. (Entrevista de Mateus, 1º/03/2020)*

No caso de João, existe um nível de consciência em seu discurso de que o seu nível de exigência em relação a parceiros afetivo-sexuais aumentou consideravelmente ao longo dos anos de uso dos aplicativos de encontro e outras mídias digitais. No relato do informante, é notório um sentimento de frustração de não estar obtendo mais o sucesso almejado, o que ele associa à ampliação de seus critérios em relação a um interlocutor “ideal”. Apesar de um cenário de “menos sucesso”, é interessante observar como ele opta por não abrir mão de um rigor crítico na escolha de seus parceiros, seja para fins amorosos ou sexuais, ainda que isso acarrete uma frustração recorrente.

*Não venho obtendo mais sucesso no Grindr. Não mais. Não mais com a facilidade de quatro, cinco anos atrás, não mais. Eu não sei se... eu sei. Na realidade, o nível de exigência. De ambas as partes. Se você me perguntar, assim, “qual é o seu tipo?”, eu não sei dizer. Mas existem algumas coisas que me interessam. Mas isso seria mais para uma pessoa com quem há, mesmo que ínfima, uma prospecção de uma relação mais duradoura. Mas no caso das relações fast, óbvio que você vai pela estética. E querendo ou não, eu tenho uma estética formada - eu luto contra isso -, mas eu tenho uma estética formada pela mídia. Então existem padrões. Essa palavra tá muito em voga hoje, né? Padrãozinho. Mas isso reduz em muito a minha oferta. A oferta para mim, do que desperta o meu desejo, para essas relações eventuais, casuais. E aí quando eu vou em direção a essas pessoas que despertam o meu desejo, aí*

*há rejeição. E aí complica. Porque, como eu costumo dizer entre os meus amigos, sou feia mas não gosto de pegar gente feia. Então hoje talvez eu obtenha menos sucesso por um nível de exigência maior, pelos dois lados. (Entrevista de João, 13/02/2020)*

Ao abordar estratégias de construção de perfis nas mídias digitais, Daniel se refere a perfis bem-sucedidos como sendo “acima da média, no sentido de mercado”. Na argumentação do informante, os usuários “acima da média” teriam plena consciência da “imponência” que eles expressariam ao destacar determinados atributos físicos ou sociais em seus perfis, seja uma imagem “irresistível” ou uma descrição simples, mas poderosa, como a palavra “médico”, sinalizando o pertencimento a uma profissão socialmente valorizada: *“Porque ele entende o poder de status que isso representa. Então, de fato, no mundo prático, ele não precisa colocar mais nada”* (Entrevista de Daniel, 01/03/2020).

Daniel argumentou que atualmente existiria uma falta de compreensão acerca do caráter mercadológico supostamente intrínseco às relações homoeróticas masculinas. Na sua perspectiva, a dificuldade de se lidar com rejeições nas mídias digitais remeteria a uma incongruência geracional de homossexuais mais jovens, que é classificada por ele como uma consequência de uma suposta imaturidade emocional. Daniel parte do ponto de vista de que indivíduos com diferentes características físicas e sociais ocupam espaços distintos no mercado de desejo, sejam eles mais subalternizados ou privilegiados, e que essa distinção deve ser respeitada e naturalizada. Desse modo, indivíduos que são rejeitados no âmbito dos aplicativos de encontro por interlocutores mais privilegiados do que eles no mercado de desejo deveriam aceitar esta implicação sem questioná-la.

Na visão do informante, teria havido, em sua juventude, uma resignação mais passiva em relação a recusas de abordagens amorosas e sexuais que partiam de indivíduos inseridos nos padrões corporais e comportamentais vigentes. No entanto, atualmente essas recusas seriam encaradas de maneira desnecessariamente ruidosa e dolorosa. Daniel afirma que, na época de sua juventude, isso poderia ser solucionado mediante o pagamento da pessoa com quem se desejava obter relações sexuais, fosse esta pessoa um profissional do

sexo ou alguém disposto a oferecer ao outro indivíduo o que ele buscava em troca de alguma recompensa financeira ou de outra ordem. Para o informante, além de uma maneira de lidar com a desigualdade que marca o mercado de desejo homoerótico masculino, a ideia de transação ou troca entre indivíduos deveria ser tratada como um pressuposto básico das dinâmicas das mídias digitais com fins amorosos ou sexuais.

*A gente tá vivendo num momento meio triste para os gays que são mais jovens. Culpa dele? Culpa de uma cultura? Não sei exatamente especificar quem é o grande culpado ou se é um conjunto de culpados. Mas assim, é o seguinte: na minha época – na sua época também – se você não se encaixava naquilo que era, digamos... vamos dar um exemplo. Tô na rua, ou tava no shopping, e via um cara muito bonito, que tinha um corpo muito incrível. Eu não sou bonito e eu não tenho o corpo muito incrível. O que acontecia? Ficava: “caralho, queria um cara desse”. Pronto. Fechava o cu [se conformava], ria, tirava uma brincadeira. Hoje não. Hoje, você é jovem, olha pra um cara desses e fica se sentindo injustiçado porque ele não lhe quer. Sabe? Aí a bicha quando era do passado, ela já tava começando a contar as moedas dela. “Eita, vou gastar quanto com isso daí?”. Ela já ficava catando o boy, pra juntar dinheiro pra pagar pra esse boy. Pra chegar pra ele e dizer: “e aí, quanto é que custa?”. Mesmo se não fosse garoto de programa, ela ia tentar ver se conseguia com que ele fizesse por dinheiro. Na minha época, havia suspiros. A gente ficava naquela coisa de “quero esse cara”. Não gerava sofrimento. Hoje em dia, surgiu um fenômeno novo de que a pessoa não percebe que o mundo funciona com algo em troca. Você tem uma mercadoria, eu tenho dinheiro, certo? Você chega pra mim e faz: “a minha mercadoria custa 100”. Aí eu digo: “eu não tenho 100, só tenho 50”. Aí você faz: “é, mas eu só vendo por 100”. Simples: ninguém negocia. Eu vou comprar de outra pessoa que venda por 50. Hoje em dia não. É tipo assim: “olha, eu tenho esse valor, e aí?”, “e aí não rola”, “não, que é isso? Isso é absurdo, você tem que vender pelo preço que eu tô oferecendo”. Não rola, e aí gera sofrimento. (Entrevista de Daniel, 29/08/2019).*

Os relatos coletados sugerem que os dados numéricos apresentados com destaque pelas diferentes mídias digitais consistem em um componente de estado de alerta constante para os informantes, uma vez que dizem respeito

diretamente à sua performance nessas plataformas. Para Mateus, números considerados baixos – seja de *matches* ou de conversas que não avançaram para além do contato digital – acionam um sentimento de fragilidade e baixa autoestima, enquanto resultados – termo que ele utilizou – positivos promovem uma sensação de bem-estar emocional e autoestima elevada.

Conforme Mateus relatou, o que alimentava o seu vício autodeclarado no Grindr era a ânsia de “fazer a coisa até resolver, dar algum resultado”. Por utilizar aplicativos de encontro durante parte expressiva de seu dia, o informante, que à época era estudante de design, revelou sentir culpa de não estar sendo produtivo profissionalmente. O relato de Mateus remete ainda a um discurso empreendedor mais abrangente do que a própria ética do desejo empreendedora, que é o empreendedorismo compulsório que demarca o mercado de trabalho contemporâneo de modo geral. Ao fazer esta afirmação, Mateus sugere que há um objetivo geral que impele os indivíduos a obterem resultados e a desempenharem as funções atribuídas a eles com eficiência. A ética empreendedora não abrange apenas as instâncias profissionais ou afetivo-sexuais dos indivíduos, mas os atravessa de maneira robusta e difusa, atingindo e afetando os mais diversos domínios constitutivos do sujeito. Sob a perspectiva do entrevistado, os aplicativos consistem em um investimento de risco. No entanto, a ética do desejo empreendedora vai insistir em discurso meritocrático, mediante o qual os sujeitos são responsáveis por produzir suas próprias oportunidades a partir de seu empenho em se engajar a essas ferramentas.

Em consonância com a experiência de Mateus, Bloom (2017, p. 1) sustenta que a mercantilização da vida vem transcendendo os seus limites enquanto um sistema econômico e se consolidando como a única base para organizar a existência contemporânea. Dessa forma, com a disseminação cada vez mais ampla do neoliberalismo, os indivíduos passam a estar sujeitos a modelos de eficiência altamente complexos, uma vez que o aspecto humano vem sendo menosprezado em meio ao desejo generalizado de obtenção de maior lucro e produtividade. Para Bloom (2017), isso se solidificaria a partir de uma linguagem moldada por anseios de comercialização, privatização e

desregulamentação. Na visão do autor, na linguagem e nas imagens da cultura corporativa, a cidadania, por exemplo, é retratada como uma questão fundamentalmente privatizada que produz indivíduos interessados em si mesmos. Por essa razão, o desenvolvimento pessoal dos sujeitos passa a ser deliberadamente ignorado em nome de estratégias objetivas sofisticadas para maximizar a sua funcionalidade.

A racionalização empreendedora supracitada se integra não apenas às subjetividades afetivo-sexuais dos entrevistados, mas à sua linguagem de modo geral e à gramática do desejo a que aderem. A ética do desejo empreendedora dispõe os sujeitos de desejo em alerta permanente, sob um estado constante de busca por “melhorias pessoais” que está estreitamente associada às novas configurações capitalistas do desejo. Como o entrevistado sugere, os sujeitos de desejo contemporâneos costumam agir em função dessas dinâmicas. É justamente esse caráter aparentemente contraditório da ética do desejo empreendedora – de criar demandas e oferecer supostas possibilidades de supri-las na mesma medida – que garante o fluxo permanente do mercado de desejo. Dessa forma, este mercado se mantém como um aparente território de oportunidades relativamente intocável, conforme os informantes sugerem a partir das práticas descritas e dos termos a que aderiram para apresentá-las.

## 5 CIRCUITOS DE LAZER HÍBRIDOS

Neste capítulo, discutimos o papel da ética do desejo empreendedora na formação de um circuito de lazer adulto que abrange tanto atividades on-line quanto presenciais. Observamos como as mídias digitais tendem a agenciar o lócus das sociabilidades homoeróticas em direção a um circuito híbrido, em termos de vivências on-line/offline. Será abordado o impacto das mídias digitais sobre os espaços de sociabilidade presenciais historicamente destinados a pessoas homossexuais (boates, bares segmentados, “cinemões”, saunas etc.) e as derivas sexuais urbanas nas quais esses indivíduos se engajam. Cabe aqui analisar a integração dos informantes a esse circuito de lazer adulto a partir de sua relação de negociação constante quanto aos aspectos de marginalização e criminalização que historicamente caracterizaram as relações homossexuais, sobretudo no espaço público, e que as mídias digitais supostamente amenizariam.

### 5.1 FORMAÇÃO DE CIRCUITOS DE LAZER HOMOSSEXUAIS NA CIDADE DO RECIFE

É importante sinalizar que os processos de midiatização, embora crescentemente dominantes em termos de sociabilidades homoeróticas, não se encerram em si mesmos. Eles constituem um amplo circuito de lazer adulto híbrido, que mescla práticas de sociabilidade on-line e offline, de modo a atender aos anseios e possibilidades de desejo dos indivíduos que nele se inserem. Esse aspecto contribui para a superação da falácia de uma separação entre os espaços on-line e offline, que, como pontuam Miskolci (2017a) e Pelúcio (2019), constituem um continuum que abrange e interliga essas instâncias de sociabilidade. No âmbito desta pesquisa, a ideia de que as interações que ocorrem via mídias digitais estão apartadas da realidade presencial não se sustenta de antemão, uma vez que o objetivo fundamental de parte expressiva da comunicação on-line entre homossexuais consiste no encontro presencial. Os processos de midiatização influenciam, estimulam e

podem consistir nas condições de materialização desses encontros, mas eles não totalizam o fluxo complexo das sociabilidades homoeróticas<sup>86</sup>.

Partindo de Pronovost (2011), é pertinente situar o lazer e suas expressões como práticas culturais relacionadas a diferentes significações sociais, como cultura, saúde, busca de identidade e sociabilidades. Para o autor, não se pode reduzir a ideia de lazer à distração ou ao divertimento, uma vez que ela abrange elementos como a busca de informação, o encontro com o outro, o desafio e os prazeres da vida cultural. No âmbito do lazer, o autor ainda argumenta que as mídias constituem “um lugar maior de aprendizagem das normas de gosto e de julgamento”, exercendo influência para o desenvolvimento dos indivíduos nos diferentes campos de sua vida. Nesse sentido, as práticas culturais compreendidas como lazer expressam lutas de classe, desigualdades sociais, culturais e, acrescentaríamos no âmbito desta pesquisa, sexuais. Além desses aspectos, o lazer constitui um campo de formação relevante não apenas para a consolidação de estereótipos de masculinidade e feminilidade, como o autor pontua, mas também para a construção mais ampla de parâmetros de gênero e sexualidade, como o imaginário social a respeito da homossexualidade e de estilos de vida ditos homossexuais.

Pronovost (2011, p. 139) ainda assevera que o campo do lazer possibilita a compreensão de transformações sociais mais amplas, a exemplo das mudanças de valores, transformações das relações entre as instituições, transformações das relações no tempo e no espaço, novas relações nos campos laboral e educacional, ampliação da participação cultural (ainda que com a manutenção das desigualdades socioeconômicas), recrudescimento dos estereótipos de gênero e novas relações entre as gerações. No recorte de um circuito de lazer adulto voltado para homossexuais, elementos como a busca de uma identidade individual e coletiva, a alteridade como mecanismo

---

<sup>86</sup> É pertinente ter em mente que os processos de midiaticização vêm exercendo, historicamente, um papel importante de facilitação de encontros entre homossexuais e das relações que se estabelecem a partir destes. Na atualidade, isso tende a ocorrer a partir de uma gramática de ação que a ética do desejo empreendedora fomenta e potencializa nas vivências on-line dos indivíduos, seja através das interações diretas com interlocutores em redes sociais ou aplicativos de encontro ou das possibilidades de desejo midiáticas delimitadas pela pornografia e por práticas de sociabilidade influenciadas, em grande medida, por uma masculinidade predatória que tange à socialização masculina hegemônica (Prohaska e Gailey, 2010).

fundamental de inserção social e a compreensão do indivíduo a respeito de seu espaço e aceitação/acolhimento no mundo remetem invariavelmente à busca por reconhecimento social de ordem desejante e à própria construção social do ser homossexual na sociedade.

Nesse sentido, é importante ressaltar que estabelecimentos comerciais que se associam voluntária ou involuntariamente à população LGBT estão invariavelmente inscritos em uma relação com a memória desse grupo, conforme pontua Bastos (2018):

Espaços como os bares e as saunas são parte do modo como as representações sobre essa comunidade foram possíveis [...]. Nesses locais, amizades foram feitas, encontros de amor e sexo puderam ser vividos, assim como marcaram a representação da comunidade gay no espaço urbano. Sua existência está relacionada aos sentidos produzidos para e pelos sujeitos-gays, funcionando por grande período como local demarcado na cidade, no qual esses sujeitos poderiam viver com certa liberdade sua sexualidade. (Bastos, 2018, p. 95)

Nos relatos dos informantes, diversas possibilidades de lazer presenciais voltadas para homossexuais foram mencionadas como componentes importantes de suas trajetórias afetivo-sexuais, que se entrelaçam de maneira direta às suas trajetórias tecnossociais. Para uma parte dos entrevistados que eram adolescentes ou jovens adultos ao longo dos anos 2000, ir a festas, bares, shopping centers e espaços alternativos localizados no Centro do Recife correspondia à única possibilidade de se conhecer indivíduos com interesses afetivo-sexuais compatíveis, o que poderia significar o início de correspondências sistemáticas a partir da troca de números de telefone, e-mails ou perfis de redes sociais. Diante de restrições sociais relativas à homossexualidade e às possibilidades de manifestação pública de afeto, os informantes consultados já costumavam relacionar a ida a lugares considerados alternativos à correspondência digital entre parceiros em potencial, de modo a explorar, em maior ou menor grau, os próprios desejos e anseios e obter condições de se desenvolver enquanto sujeitos desejantes.

No âmbito da presencialidade, se, no início dos anos 2000, as investidas amorosas ou sexuais dos informantes em relação a outros homossexuais tendiam a se resumir a flertes breves nos eventos e espaços supracitados, ao longo dos anos 2010 quase todos os entrevistados consultados passaram a

acessar locais privados de conotação sexual mais demarcada, como saunas e “cinemões”. Ao observar as trajetórias afetivo-sexuais narradas pelos informantes, é possível afirmar que a ida a esses espaços possibilitou uma maior naturalização e sensação de segurança em relação a práticas de *cruising* e sexo casual. Nesse sentido, estas passaram a ser compreendidas gradualmente como mais interessantes e almejadas na medida em que esses indivíduos amadureciam enquanto sujeitos homossexuais e, para além disso, se desenvolviam como consumidores assíduos de mídias digitais com fins homoeróticos – desde sites de conteúdo pornográfico a aplicativos de encontro voltados para “pegação”. É válido ressaltar que, contraditoriamente, a maior naturalização dessas atividades não exime os informantes de manifestar a crença em estigmas moralizantes acerca delas ou dos espaços onde ocorrem.

É interessante observar que o circuito de lazer adulto dos informantes foi, em maior ou menor grau, híbrido desde a sua origem, tendo sido impactado de maneira importante pelas TICs popularizadas ao longo da década de 2000 e, de maneira mais proeminente, na década de 2010, com a popularização de smartphones e aplicativos geossociais. Pode-se dizer que a ética do desejo empreendedora constitui um elemento fundamental para a composição deste circuito ao estimular dedicação e esforços contínuos de seus agenciados, mediante a promessa implícita de obtenção de reconhecimento social de ordem desejante. A articulação entre opções de lazer presenciais e on-line, nesse sentido, representaria a ampliação de chances para atingir este fim, bem como a aquisição de experiência para otimizar o desempenho e a desenvoltura dos indivíduos sob os parâmetros estabelecidos por essa ética.

É pertinente observar que a integração dos informantes a opções de lazer presenciais no âmbito de um circuito híbrido, em muitos casos, trata-se também de uma possibilidade de socialização relacionada à amizade, para além de interesses amorosos ou sexuais estritos. Não é raro, por exemplo, o estabelecimento de vínculos amistosos com outros frequentadores desses estabelecimentos, especialmente quando o indivíduo, por alguma razão, não mantém relações de amizade com outros homossexuais para além desses espaços. Nesse sentido, ir a esses locais e manter vínculos com seus frequentadores também é uma estratégia para aplacar eventuais sentimentos

de solidão, exclusão e isolamento. Já no âmbito das plataformas digitais e sob a orientação de uma ética do desejo empreendedora, as buscas por amizades tendem a ser menos frequentes, uma vez que os objetivos sexuais e amorosos exercem maior domínio nessas plataformas. No entanto, seria incorreto afirmar, inclusive baseado nos relatos de alguns informantes, que interesses relacionados à amizade inexitem nas redes sociais e aplicativos de encontro, assim como outros usos alternativos dessas plataformas, como o de fins comerciais, embora sejam minoritários ou residuais em meio a uma clara primazia por relações sexuais.

Buscamos situar o ecossistema de plataformas digitais como um acionador de sociabilidades central no âmbito de uma ética do desejo empreendedora, mas não como uma frente isolada que estaria apartada das dinâmicas caras a atividades e espaços presenciais. Como discutido anteriormente, não se trata de afirmar que as mídias digitais são o marco zero da ética referida, mas que estas certamente constituíram um solo fecundo para a complexificação e a difusão dos processos de subjetivação homoeróticos. Modulada por uma abundância de estímulos visuais e eróticos, dentro da ideia de capitalismo escópico apresentada por Illouz (2019), esta ética promove a busca pela obtenção de reconhecimento desejante junto a experiências que causem emoções e excitações que venham a suprir as demandas emocionais e sexuais dos indivíduos. Para obter essas sensações e efeitos de reconhecimento, recorre-se tanto a aplicativos de encontro voltados para “pegação” e sites pornográficos quanto a flertes, práticas de voyerismo e *cruising* em espaços como saunas, “cinemões” e pontos de “pegação”.

O circuito de lazer homoerótico presencial dos anos 2000 e 2010 descrito pelos informantes se relaciona a construções históricas prévias. Estas nem sempre corresponderam a uma cena homossexual bem delimitada, mas a circunstâncias, atores e espaços que possibilitaram, a despeito da imposição de desafios e dificuldades, o surgimento de espaços de convivência e lazer que fugiam à heteronorma dominante. Após a efervescência cultural e comportamental da segunda metade dos anos 1960, espaços de sociabilidade homossexual passaram a despontar, ainda que timidamente, nos grandes centros urbanos. Isso representou para o Recife uma ampliação das

possibilidades de relacionamento entre homossexuais, que até então se limitavam a práticas de *cruising* ou flertes em espaços públicos como banheiros e parques no Centro da cidade<sup>87</sup>. No Recife, o *cruising* no Centro era comumente referido como “pescaria”, enquanto os parceiros em potencial eram apelidados de “peixes”, em referência às práticas de pegação que ocorriam de maneira frequente às margens do Rio Capibaribe (Souza Neto, 2009).

O Recife estava em consonância com grandes cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, onde, de acordo com Renan Quinalha (2021), bares e espaços de pegação e sociabilidade entre homossexuais cresciam e conviviam proporcionalmente à repressão da ditadura militar. Para Quinalha (2021, p. 33), a premissa vigente era que, “enquanto se mantivesse nas sombras do anonimato ou nos guetos em que escondiam, os homossexuais podiam existir e fazer o que quisessem com seus corpos”, constituindo um problema apenas “quando vinham à luz e ocupavam o espaço público, reivindicando uma existência e um lugar político na sociedade”. É importante salientar que, conforme pontuado por Quinalha (2021, p. 32), os homossexuais e as travestis pertencentes às classes populares, assim como os espaços por eles frequentados, eram os alvos mais recorrentes da polícia a serviço da ditadura militar. Nesse sentido, homossexuais e bissexuais com melhores condições financeiras e culturais se integravam a circuitos mais protegidos e distantes dos agentes repressores, como bares e restaurantes frequentados pela classe média alta.

No Centro do Recife dos anos 1970, bares localizados nos bairros de Santo Antônio, São José e Boa Vista passavam a ser inseridos em um circuito de lazer homossexual incipiente. Frequentados sobretudo por progressistas, artistas e boêmios, estabelecimentos como o Savoy, o Aero Bar e o Douro entraram no radar dos homossexuais devido à possibilidade de construção de sociabilidades homoafetivas e por serem próximos a lugares de “pegação” populares, como cinemas de rua, parques, vielas e as margens do Rio Capibaribe. Outros bares já eram tidos como voltados mais diretamente para homossexuais, como o Mustang, o Bar do Urso e a Mansão do Fera, na Boa

---

<sup>87</sup> Sobre as sociabilidades homossexuais do início dos anos 1960 no Recife, os diários do dramaturgo argentino Tulio Carella (2011) constituem a fonte histórica mais substancial.

Vista. Esses circuitos de lazer eram anunciados no vespertino local *Diário da Noite* e chegaram a ser divulgados no *Lampião da Esquina*. Na imprensa local, as abordagens a seu respeito eram diversas e ambíguas. Ao passo em que se popularizava e naturalizava, de certa forma, a ocupação de espaços públicos por homossexuais, muitas vezes isso ocorria por uma perspectiva de exotismo e preconceito, na qual se buscava associar esses espaços à periculosidade, à devassidão, à lascívia e à sujeira, especialmente aqueles frequentados por moradores de bairros periféricos ou suburbanos (Silva, 2011, p. 154).

Desde a primeira metade da década de 1970, a cidade atravessava uma importante efervescência cultural movida, em grande medida, por movimentos contraculturais como o *udigrudi*<sup>88</sup> (em referência ao termo em inglês “underground”) e o grupo teatral *Vivencial Diversiones*, de Olinda. Ambos promoveram vivências libertárias expressivas e, de maneira mais marcada no caso deste último, transgrediram noções vigentes de gênero e sexualidade para além do âmbito regional. Trevisan (2018), por exemplo, situa a importância cultural do *Vivencial Diversiones* ao afirmar que “ali a bichice, empunhada como transgressão, foi o elemento deflagrador de certa invenção poética subversiva”. O ator e agitador cultural olindense Antônio Roberto de Lira França, conhecido como Pernalonga, foi uma das sínteses mais poderosas da subversão acionada pelo coletivo em termos de jogos cênicos de gênero e sexualidade (Bastos, 2023). No âmbito de um circuito de lazer homossexual, a trupe pernambucana contribuiu para a popularização de apresentações de dublagens artísticas de cantoras da música popular brasileira e internacionais, como Gal Costa, Maria Bethânia e Donna Summer. Este segmento profissional, capitaneado pelas artistas transformistas, constituiria uma das principais atrações de boates, bares e saunas homossexuais no fim da década, a exemplo da boate *Misty*, que chegou a ter um elenco fixo destas profissionais, como Sharlene Esse e Odilex.

Para Souza (2016), a expansão dos espaços de sociabilidade nos grandes espaços urbanos brasileiros promoveu novas possibilidades de circulação e vivência das homossexualidades em estabelecimentos privados e

---

<sup>88</sup> Elementos importantes do “udigrudi”, nomes como a banda *Ave Sangria* e o artista *Flaviola* exploraram pontualmente temáticas homossexuais em suas letras, como *Seu Valdir* e *Nunca vá embora*, respectivamente. Ambas foram vetadas pela Censura Federal (Luna, 2010).

vias públicas, tendo ocorrido desde a primeira metade da década de 1970, ainda sob a repressão violenta da ditadura militar.

No Recife, [...] temos registros dos bares Mustang e Kibe e das boates Misty, Vogue e Stok, além da Doktor Froid, Cat's e Disco Queen, destinados ou adequadas, em sua maioria, à frequência do público homossexual masculino, de classe média, que circulavam pela cidade, compartilhavam experiências, se paqueravam e constituíram assim, as categorias identitárias e as subjetividades coletivas e individuais em negociação. Esses espaços, no contexto vivenciado na época, e nas décadas seguintes, foram essenciais para a constituição de identidades sexuais e organização social desses indivíduos. Esses ambientes – bares, restaurantes, “boates” – GLS foram primordiais para que o diálogo, as identificações entre os sujeitos florisssem e assim, os despertaram para a necessidade de, na conjuntura em que a sociedade se (re)configurava, se organizar e reivindicar seus direitos enquanto cidadãos. Esses aspectos evidenciam a relação entre o mercado e a militância, estabelecida em acordos e tensões. Música, dança, beijos, estilos de vida e diversas expressões estéticas ambientam os festivos espaços de consumo, lazer e sociabilidade associados à circulação dos sujeitos das diferentes identidades de gênero, orientação sexual, classe, raça/etnia, geração e outros marcadores. (Souza, 2016, p. 76)

No fim dos anos 1970, como sugere Souza (2016), o circuito de lazer homossexual do Recife passaria a adquirir ares menos clandestinos e marginais com a abertura de estabelecimentos especialmente voltados para este público. Conforme especifica Silva (2009, p. 1), boates e saunas surgiram na cidade neste período, “quando foram abertos espaços de consumo destinados à emergente figura do gay”. Como Green (2019) contextualiza, durante o período de redemocratização, houve uma organização política mais consistente do movimento homossexual, o que acarretou a constituição de circuitos de lazer mais definidos nos centros urbanos, além de uma imprensa especializada que atendia a interesses políticos e sociais desses indivíduos<sup>89</sup>. A inauguração da boate Misty<sup>90</sup>, em 1979, no bairro da Boa Vista, e a fundação

---

<sup>89</sup> Na imprensa local, o *Diário da Noite* teve notória repercussão ao publicar a coluna “Mundo Guei”, entre outubro de 1979 e abril de 1980. Além da veiculação de notícias e curiosidades para “assumidos” e “entendidos”, havia um roteiro voltado para o lazer homossexual, que incluía desde bares e restaurantes a pontos de “pegação”, ou “pescaria” (Rodrigues, 2016). A grande maioria dos lugares ficava no Centro da cidade e, em menor quantidade, em bairros suburbanos, em Boa Viagem (Zona Sul) ou na cidade-vizinha Olinda.

<sup>90</sup> Diversos movimentos culturais e musicais relevantes, como o Mangubeat e as apresentações de transformistas, se relacionaram de alguma forma com o antigo estabelecimento, que tinha uma programação marcada pela abertura à experimentação

do Grupo de Atuação Homossexual (GATHO), em 1980, foram marcos significativos nesse sentido. No Recife, assim como ocorreu em outras capitais, saunas, boates e bares voltados para homossexuais passaram a se profissionalizar e a se popularizar, constituindo um circuito de sociabilidades homoeróticas amplo e diverso. A abertura política possibilitaria “que práticas até então mantidas em segredo, levadas a cabo em esconderijos, passassem a se realizar no espaço público” (Albuquerque Junior e Ceballos, 2004).

Na visão de Souza Neto (2009), a transição para os anos 1980 simbolizaria um momento profícuo para uma maior naturalização das vivências homossexuais no Recife, com a abertura de diversos estabelecimentos associados ao lazer homossexual, especialmente no Centro da cidade. Uma imprensa mais inclusiva e uma organização política de minorias sexuais mais delimitada foram elementos que contribuíram para esse contexto. No entanto, é importante ressaltar que parte dos bares e restaurantes que passaram a fazer parte de um circuito de lazer homossexual, sobretudo nos anos 1970 e 1980, não tiveram necessariamente esta intenção inicial, tendo sido abraçados por homossexuais de maneira espontânea e alheia ao controle de seus gestores.

O movimento homossexual abriu caminhos às novas possibilidades de práticas, vivências e construções de diferentes identidades no campo da sexualidade pernambucana. [...] Os espaços de sociabilidade homossexual foram se firmando no Centro da cidade e o espaço geográfico recifense começou a ser redesenhado para acomodar e atender a uma demanda de desejos, experiências e práticas sexuais. Aos poucos as diferenças sexuais foram sendo incorporadas e absorvidas pela sociedade, que as acomodou, se não no campo da compreensão ou aceitação, mas pelo menos, no âmbito da convivência pacífica. (Souza Neto, 2009, pp. 28-29)

Com a eclosão da aids, na segunda metade dos anos 1980, uma parte desses espaços foi associada a estigmas negativos e de risco à saúde coletiva. Isso desencadeou processos de decadência e/ou de “guetificação” dos espaços remanescentes, além do fechamento de alguns deles, inclusive após

---

artística. Tribos urbanas como os góticos e clubbers, além de homossexuais e transsexuais, em sua maioria, tiveram a Misty como um espaço seguro de socialização, acolhimento e lazer ao longo das décadas. É importante sinalizar que, a despeito da inclusão proporcionada pelo espaço, ele ainda era majoritariamente frequentado por pessoas de classe média e classe média alta, o que, contraditoriamente, causava uma relativa exclusão de determinados grupos sociais entre os seus frequentadores.

meses ou poucos anos em atividade<sup>91</sup>. As informações sobre o impacto da aids no circuito de lazer e nas dinâmicas de sociabilidades homossexuais no Recife são escassas. O que se pode afirmar é que, apesar da permanência de estabelecimentos receptivos a homossexuais nesse período, a rotatividade era uma marca notória desses espaços. Como aventamos nesta pesquisa, esse contexto pode ter contribuído para a gradual intensificação do uso de TICs na segunda metade dos anos 1990. Os estigmas que passaram a ser atribuídos a espaços de socialização homossexuais nos remetem diretamente ao argumento de Miskolci (2017a) de que a aids propiciou discursos de valorização exacerbada de homossexuais que se dizem fora do “meio gay”, em referência à recusa de se integrar a este circuito de lazer presencial em decorrência dos estigmas e restrições sociais associados a vivências e indivíduos homossexuais.

É importante registrar que, com a forte associação midiática da homossexualidade à pandemia de HIV/aids, houve uma expressiva redução dos grupos de homossexuais organizados, o que provocou uma mudança significativa para o movimento até o início dos anos 1990. De acordo com Souza (2016, p. 36), nesse momento, “a atuação passa a ser voltada para a garantia dos direitos civis e contra discriminação e violência dirigidas aos sujeitos homossexuais”. Já ao longo dos anos 1990, o movimento “não apenas cresce em quantidade de grupos e organizações em abrangência nacional”, como também passa a diversificar os formatos institucionais de organização, “a exemplo da ampliação de sua visibilidade, da articulação entre as redes e da participação social nas instâncias governamentais e não-governamentais, demarcando este como um momento fortificante para a configuração atual do movimento” (Idem). Avanços como a distribuição do coquetel antiaids pelo Sistema Único de Saúde (SUS), em 1996, também contribuíram para o início de um lento e inacabado processo de desestigmatização da população homossexual. Essa mudança de cenário contribuiu para uma rápida absorção

---

<sup>91</sup> Esse aspecto se relaciona com as mudanças territoriais e sociais acionadas pelos fluxos transitórios referentes às transformações de sociabilidades e territorialidades homossexuais na cidade. A região da Boa Vista permanece como um ponto de lazer homossexual consolidado no Recife, ao mesmo tempo em que registra uma alta rotatividade de estabelecimentos voltados para este público, especialmente bares.

mercadológica dessa população, então pertencente ao alegado nicho comercial “GLS”:

Uma dessas inovações brasileiras é a adaptação da noção de gay-friendly à nossa realidade através da criação do conceito de GLS – uma sigla para enquadrar gays, lésbicas e simpatizantes. Concebida pelo jornalista, empresário e “agitador cultural” carioca André Fischer, a abreviatura é pensada já na sua origem como “[u]m conceito de segmento de mercado”. [...] Considerada por Trevisan (2018, p. 348) como “um verdadeiro ovo de colombo conceitual”, a noção de GLS viabiliza o convívio pluralista entre tribos de sexualidades e comportamentos diferentes. Gays, lésbicas, bissexuais e (em bem menor proporção) pessoas trans saem dos tradicionais guetos e passam a frequentar e consumir os mesmos lugares que os héteros simpatizantes. Estes, por sua vez, começam a ser vistos como uma versão evoluída e “desencanada” do heterossexual padrão. Entre os habitués, esses espaços são chamados – com uma certa jocosidade afetuosa – de “mundinho GLS”. (Mozdzenski, 2019, p. 156)

A ascensão do nicho comercial “GLS” se relaciona ainda à tentativa de “limpar” os circuitos homossexuais do estigma e do processo de “guetificação”, aproximando-os do consumo de “descolados” na década de 1990<sup>92</sup>. À época, o termo então corrente buscava associar homossexuais ao consumo sofisticado e atualizado, diferenciando uma geração anterior associada à ideia de “gueto homossexual” que seria caracterizada diretamente à pandemia da aids. A criação do evento multicultural Mercado Mundo Mix, em São Paulo, em 1994, é uma materialização importante dessa perspectiva então incipiente. É interessante pensar ainda nas ambiguidades trazidas por essa inserção mercadológica. Como argumenta Mozdzenski (2019), esse processo foi marcado por desigualdades profundas quanto à classe social, à raça/etnia e ao gênero. Como ressalta o autor, o chamado “capitalismo rosa” traz consigo parâmetros excludentes que limitam o acesso da população LGBT mais pobre a bens e serviços que são disponibilizados no mercado para indivíduos mais privilegiados no âmbito do guarda-chuva compreendido pela sigla.

Para o então chamado público GLS, na segunda metade dos anos 1990, foram destinados diversos produtos e opções de lazer, desde revistas especializadas a um turismo segmentado, além de uma profusão de novos

---

<sup>92</sup> Informação compartilhada pelo professor Richard Miskolci em orientação para esta tese, em maio de 2024.

estabelecimentos, como boates e saunas, e eventos de grande porte, como as Paradas da Diversidade de São Paulo, pioneira no país, lançada em 1998, e de Pernambuco, que ocorre desde 2002. Sobre esse contexto de reabsorção mercadológica estratégica da população LGBT, Mozdzenski (2019) reflete:

Considerada um ponto de inflexão para a comunidade sexodiversa no Brasil e no mundo, a década de 1990 é marcada pela retomada, ampliação, solidificação e massificação do consumo LGBT nas economias ocidentais desenvolvidas. Vencida – ou, ao menos, aplacada – a tragédia da aids da década anterior, é possível perceber uma maior receptividade pela mídia, pela política e pela opinião pública a respeito da homossexualidade. Por sua vez, a população sexodissidente se torna gradativamente mais forte, mais influente e com maior capacidade de ser vista e ouvida e de ter seus desejos e anseios acolhidos e realizados. Atento a essas importantes transformações, o mercado passa a atuar de maneira mais vigorosa objetivando conquistar esse “novo” consumidor. Começam, assim, a ser sistematicamente produzidos e ofertados bens de consumo e serviços personalizados dirigidos a esse segmento. Se antes o consumo LGBT estava subordinado a uma retórica de clandestinidade e de patologização, sobretudo no Brasil, que não vivenciou a fase de visibilidade norte-americana e europeia nos anos 1970, agora é o mercado que busca explicitamente agradar esse público. (Mozdzenski, 2019, p. 147)

Em atividade entre 1979 e 1993, a Misty consistiu em um marco da consolidação de um circuito de lazer urbano voltado para homossexuais no bairro da Boa Vista. Artistas alternativos, homossexuais, travestis, transsexuais e integrantes de tribos urbanas como clubbers e góticos compunham o público diverso da boate, que tinha como atrações principais discotecagens de música eletrônica e shows de transformistas. Com um primeiro endereço na rua do Riachuelo, o estabelecimento teve seu auge na rua das Ninfas, mudança que foi fundamental para a atribuição simbólica deste logradouro como epicentro de um circuito de lazer homossexual presencial duradouro no Recife. Após o fechamento da Misty, a Doktor Froid abriu no mesmo endereço, em 1994. Inicialmente, a boate teve uma proposta mais voltada para pessoas abastadas e heterossexuais da cidade, mas aos poucos se reaproximou do público homossexual com eventos regulares, como a Sexta Gay, capitaneada pela promoter do estabelecimento, Maria do Céu de Ataíde Vasconcelos.

Em meados de 1995, quando a Internet comercial chegou no país, a Doktor Froid passou a ser vizinha da sede de um provedor de Internet. Diante da logística facilitada, Maria do Céu propôs à companhia uma parceria para disponibilizar o novo serviço para o público homossexual da boate<sup>93</sup>. O projeto foi batizado como Divã Cibernético, em referência ao psicanalista Sigmund Freud, que já havia inspirado o nome do estabelecimento. Com a instalação de três computadores de mesa conectados à rede discada a partir do provedor vizinho, o Divã Cibernético se tornou um atrativo a mais para o público que frequentava o espaço. Os serviços de bate-papo utilizados com o intuito de identificar outros homossexuais do Recife e manter correspondência com contatos de metrópoles como São Paulo e mesmo de outros países eram a atividade mais recorrente nos computadores da boate, seguida do acesso a sites eróticos e pornográficos, como portais de revistas do segmento, a exemplo da *G Magazine*. É interessante observar que essa experiência, anterior à popularização das *lan houses* nos anos 2000, possibilitou a um recorte de homossexuais recifenses de uma geração anterior à geração pesquisada nesta tese o acesso à Internet como modo de explorar as possibilidades iniciais oferecidas pela rede em termos de sociabilidades homoafetivas<sup>94</sup>.

---

<sup>93</sup> As informações a respeito do Divã Cibernético foram extraídas a partir de entrevista com Maria do Céu para esta tese, realizada de maneira on-line no dia 29 de agosto de 2023.

<sup>94</sup> Apesar dos propósitos comerciais para atrair um maior público, o Divã Cibernético da Doktor Froid chama a atenção por, ainda em 1995, consistir em uma tentativa relativamente bem-sucedida de integração entre sociabilidades homossexuais presenciais e on-line, no sentido de promoção de um circuito de lazer híbrido. Este é um propósito no qual aplicativos de encontro de grande porte estão engajados, na atualidade, como modo de fortalecer a sua marca para além do âmbito da plataforma. O exemplo mais pertinente dessa dinâmica é o Scruff, principalmente concorrente do Grindr. O aplicativo, que não raro patrocina festas voltadas para homossexuais, passou a disponibilizar uma agenda de eventos que identifica os usuários que confirmaram presença ou sinalizarem interesse em ir a um determinado evento, de modo a estimular interações prévias entre os seus frequentadores e reforçar uma desejada associação entre o aplicativo e possibilidades de prospecção afetivo-sexuais efetivas.



*Figuras 1410, 15 e 16 - A empresária Maria do Céu ao lado do letreiro do Divã Cibernético (1), na Doktor Froid, e registros de usuários usufruindo do projeto pioneiro de conexão à Internet em espaços voltados para pessoas LGBTs (2 e 3). Acervo pessoal de Maria do Céu.*

Após o fechamento da Doktor Froid, em 1998, Maria do Céu ampliou o seu projeto de entretenimento homossexual no Recife ao abrir no mesmo espaço o Club Metrópole, em 2002. No entanto, até inaugurar o novo estabelecimento, Maria administrou a Cat's, uma tentativa de fortalecer a cena homossexual no Bairro do Recife, na zona portuária da cidade, que mesclava as funções de boate e restaurante, com apresentações de dançarinas e drag queens. Nesse ínterim, o prédio da rua das Ninfas chegou a sediar as boates Alcatraz e Disco Queen, voltadas, respectivamente, para heterossexuais e homossexuais – ambas com vida útil reduzida devido, em grande medida, à transferência de estabelecimentos de entretenimento da região central da cidade para a Zona Sul, especialmente no bairro de Boa Viagem, que, aliás, desde os anos 1980 havia passado a concentrar as atividades empresariais, comerciais e de lazer antes circunscritas à região central. Nesse sentido, aventamos que o circuito de lazer homossexual remanescente no Centro desde então, entre períodos mais florescentes ou decantes, contribuiu para manter

um fluxo significativo de pessoas na região ao longo das décadas, de modo a manter a sua relevância comercial e a postergar o processo de desaceleração econômica da área.

Referência do segmento desde pouco depois de sua inauguração, o Club Metrópole estimulou a ampliação de um circuito de lazer homossexual nos seus arredores, o que acarretou a abertura de novas boates, bares e saunas na região. Um outro estabelecimento que contribuiu para demarcar a área como “GLS” foi o Shopping Boa Vista<sup>95</sup>, inaugurado em 1998. Abraçado pela população homossexual desde então, as praças de alimentação e cinemas do espaço passaram a constituir points de socialização homossexual de maneira espontânea, assim como os bares, restaurantes e boates no seu entorno, como a Fun Fashion. O fato de ser um shopping center, e não um estabelecimento sexualmente segmentado, contribuiu para dar visibilidade à população homossexual do Recife e, de certa maneira, naturalizar o seu lazer público e a sua convivência com outros grupos. É interessante pontuar que a segurança associada ao espaço do shopping center também um componente atrativo no âmbito de espaços de consumo, uma lógica que se aplica de maneira ainda mais direcionada ao uso dos aplicativos de encontro, que são espaços de consumo capazes de promover contatos mais seguros e efetivos entre homossexuais.

No Recife, uma nova ascensão de um circuito de lazer presencial e serviços voltados para homossexuais ocorreria ao longo da década de 2000, com a abertura de boates, saunas, “cinemões” e bares mais profissionalizados, além de equipamentos de saúde e cidadania, como ONGs e órgãos públicos. Em relação às saunas, a Thermas Boa Vista, inaugurada em 1997 no bairro homônimo, se consolidou como uma referência do setor em meio à instabilidade e rotatividade de outros estabelecimentos semelhantes. Os “cinemões”, por sua vez, em razão dos custos operacionais reduzidos e entradas mais acessíveis em relação às saunas, tenderam a permanecer abertos por períodos mais longos, como o Cine Boa Vista, na rua Corredor do Bispo, que também promovia discotecagens e shows de ritmos musicais

---

<sup>95</sup> O estabelecimento foi apelidado popularmente de Shopping Boa Bicha devido à presença notória de pessoas da comunidade LGBT, conforme está registrado na publicação “Guia (co)Memorativo da Boa Vista” (Coletivo Massapê, 2021, p. 181).

regionais, como brega e forró. É interessante pontuar que diversas instituições voltadas para os direitos civis e a saúde de indivíduos LGBTs também se instalaram de maneira estratégica no bairro da Boa Vista, de modo a atingir o seu público-alvo de maneira mais ampla e orgânica, como as ONGs Gestos e Instituto Boa Vista, capitaneado por Maria do Céu, e o Centro de Referência em Cidadania LGBT da Prefeitura do Recife.

Como Souza (2016, p. 78) observou, duas boates localizadas na Boa Vista, mas com diferentes recortes de público, constituíam a demarcação de dois polos principais do alegado “circuito GLS do Recife”, que se desenvolveram ao longo dos anos a partir da abertura de outros estabelecimentos nas proximidades: Meu Kaso Bar (MKB), inaugurada no ano 2000, na rua Corredor do Bispo, nas imediações do Shopping Boa Vista, e Club Metrópole, na rua das Ninfas. No caso da MKB, encerrada em 2017, bares como Nosso Jeito Music e Mix Pub fortaleceram o circuito em torno da boate, enquanto o Santo Bar e o Conchittas fizeram o mesmo nas imediações do Club Metrópole, no início dos anos 2010. À exceção do Club Metrópole, os demais estabelecimentos do ramo tenderam a ter um caráter cíclico e rotativo, com o fechamento e a abertura de novos espaços com propostas semelhantes nas mesmas ruas e até nos mesmos endereços, dinâmica que contribuiu para manter um fluxo homossexual constante na região a despeito dos fechamentos recorrentes.

É interessante observar a influência de Maria do Céu e do Club Metrópole, para além do estabelecimento em si, no que diz respeito à formação de um circuito de lazer homossexual no Recife nos anos 1990, 2000 e 2010. Instalado na propriedade que havia sediado anteriormente as boates Misty e Doktor Froid, além das breves Alcatraz e Disco Queen, o Club Metrópole reforçaria o papel da rua das Ninfas como um importante point de socialização homossexual da cidade. Entre 2002 e 2003, no período inicial do Club Metrópole, Maria do Céu também atuou na produção de uma casa carnavalesca temática em Olinda, na rua 13 de Maio, e de um trio elétrico na então incipiente Parada da Diversidade, o que ampliou de maneira significativa o raio de influência da empresária no circuito de lazer homossexual local. É importante sinalizar que foi, em parte, em decorrência da ação do Club

Metrópole no Carnaval de Olinda, que durou apenas três anos, que a rua 13 de Maio se consolidou simbolicamente como um local agregador de homossexuais durante os quatro dias da folia pernambucana, o que contribuiu para demarcar geograficamente a profusão de sociabilidades homossexuais no Carnaval, a despeito das contradições a este respeito.

Assim como ocorreu ao menos desde os anos 1960, os circuitos de lazer homossexuais recifenses das últimas décadas também abrangeram estabelecimentos e eventos de teor progressista e boêmio, sem um segmento de gênero e sexualidade definido, ainda que frequentados majoritariamente por heterossexuais. Boates, festas itinerantes alternativas e bares estão entre as a opções de lazer principais deste segmento. Entre 1991 e 1999, o bar Soparia, no Pina, na Zona Sul da cidade, reunia artistas e entusiastas do movimento Mangubeat<sup>96</sup>, sendo rodeado por outros bares frequentados por homossexuais<sup>97</sup> (Teles, 2023). Em 1994, a Prefeitura do Recife nomeou o local como Polo Pina, devido à agitação cultural que o bar promovia nos seus arredores. No mesmo período, também mobilizado pelo movimento arregimentado por Chico Science, houve uma movimentação cultural proeminente no Bairro do Recife, com a abertura de bares e boates para públicos mistos em logradouros como a rua da Moeda e a Praça do Arsenal.

Ainda no contexto do Mangubeat, em 1995, Maria do Céu integrou um grupo de empreendedores que lançou a feira cultural Mercado Pop, que ocorreu até o início dos anos 2000, nos moldes do paulistano Mercado Mundo Mix. Como registrou Mozdzenski (2019, p. 159), a feira mensal combinava múltiplas manifestações artísticas, como música, moda e cinema, ocupando, em geral, galpões ou áreas inativas do Bairro do Recife, como os Armazéns 12 e 13 e a Torre Malakoff. Voltada para um público diverso e aberto a novidades,

---

<sup>96</sup> O movimento Mangubeat, liderado por Chico Science nos anos 1990, tinha uma conotação multicultural que buscava mesclar ritmos locais e estrangeiros em um estilo de música que demarcava um posicionamento cultural e artístico de forte contestação política. Embora o movimento não se associe diretamente a movimentos de minorias sexuais, ele colaborou para abrir um leque de novas possibilidades artísticas em áreas como o cinema, a música, as artes plásticas, o design, a moda e o teatro na capital pernambucana, dentro das quais artistas homossexuais obtiveram destaque relevante. Vale ressaltar que o primeiro grande estabelecimento a receber experimentações do Mangubeat foi a boate gay Misty, onde Chico Science produziu o evento A Primeira Festa Hip Hop do Recife, no final dos anos 1980, e realizou um show com a sua banda à época, a Orla Orbe.

<sup>97</sup> Ver <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1997/2/17/turismo/15.html>. Acesso em 6 jan. 2024.

a ação demonstrou tanto o potencial criativo de artistas LGBTs quanto o poder de consumo deste segmento. Segundo Mozdzenski (2019), outros locais também se firmaram na mesma época como circuitos de homossociabilidade e de expressão da homocultura e da homoafetividade na cidade, como as sessões de arte promovidas em horários especiais por alguns cinemas, a exemplo do cinema Veneza e do cineteatro do Parque, no Centro, além do Cine Ribeira, então localizado no limite entre Recife e Olinda.

O contexto de renascimento de uma cena homossexual nos anos 2000 está relacionado a diversos fatores. Para Souza (2016, p. 36), isso refletiu o período em que o movimento LGBT brasileiro se reerguia da discriminação instaurada pela epidemia do HIV/aids e reorganizava as estratégias de ascensão e “visibilidade positiva” na sociedade, além de uma ampliação expressiva das possibilidades de consumo e, como consequência, de espaços de sociabilidade voltados para este público. A Parada da Diversidade de Pernambuco, que ocorreu a partir de 2002, em cortejo pela região nobre da praia de Boa Viagem, e a aquisição de direitos protetivos para esta população a nível municipal, a exemplo da lei ordinária nº 16.780/2002<sup>98</sup>, são alguns exemplos de conquistas referentes à visibilidade e direitos homossexuais. Esses fatos se associavam a desdobramentos de um cenário de acontecimentos de amplitude nacional, como a Parada da Diversidade de São Paulo, inaugurada em 1997, e as discussões a respeito do casamento homoafetivo a partir de uma série de proposições de lei ocorridas no âmbito do Congresso Nacional ao menos desde 1995.

O fato de o Recife se tornar mais receptivo a opções de lazer homossexual ao longo dos anos 2000, quando parte dos nossos informantes passou a usufruir deste circuito, se associa, dessa forma, a um contexto que promoveu uma maior visibilidade de questões associadas à representatividade midiática e à aquisição de direitos para esta população, que ocorreram

---

<sup>98</sup> Instituída em 2002, a lei estabelece multas e sanções administrativas a práticas discriminatórias com base na orientação sexual, especialmente em espaços públicos e estabelecimentos comerciais. Para mais informações: <https://leismunicipais.com.br/a/pe/r/recife/lei-ordinaria/2002/1678/16780/lei-ordinaria-n-16780-2002-toda-forma-de-discriminacao-e-odiosa-e-constitui-crime-contra-a-pessoa-e-aos-direitos-humanos-como-um-todo-a-discriminacao-com-base-na-pratica-e-comportamento-sexual-do-individuo-e-crime-e-deve-ser-tratado-e-punido-como-tal-na-forma-da-presente-lei>.

concomitantemente ao fortalecimento de um mercado mais amplo de ofertas de lazer segmentadas para este público. Nos anos 2010, a tentativa de abertura de novos estabelecimentos especializados de grande porte em outras regiões da cidade, especialmente boates, como na Zona Sul da cidade, não foi bem-sucedida. No entanto, a profusão de uma série de festas itinerantes de ocorrência relativamente frequente teve alta aderência entre a população homossexual mais jovem de classe média, enquanto boates veteranas como o Club Metrópole e a MKB, assim como os bares nos seus arredores, seguiram agregando um público mais diverso em termos sociais e etários.

As saunas e “cinemões” mais profissionalizados do Centro também seguiram constituindo alternativas de lazer para homossexuais de diferentes recortes sociais e etários, sendo opções mais discretas e sexualmente segmentadas, voltadas majoritariamente para a “pegação”. É interessante pontuar que, a despeito da existência de opções de lazer mais diversificadas e o acesso ampliado a mídias digitais para fins sexuais, práticas de *cruising* e flerte em espaços públicos permaneceram como uma alternativa de sociabilização homossexual informal em determinados espaços da cidade. Nos anos 2000, para além do Bairro do Recife, um circuito de bares se estabeleceu na rua Mamede Simões, entre a rua da Aurora e o Parque 13 de Maio, logradouros associados a points de socialização de artistas e homossexuais na região central desde os anos 1960.

Apesar de a maioria dos informantes já terem idade para se integrar ao circuito de lazer homossexual presencial recifense nos anos 2000, a maioria passou a usufruir deste de forma mais expressiva apenas nos anos 2010. Entre as razões para isso, está o fato de a maior parte deles ter passado a deter de maior autonomia pessoal e financeira nesse período, além de compreender esses espaços e atividades, assim como a própria manifestação de sua homossexualidade, como relativamente bem aceitos socialmente. É importante salientar que alguns espaços são mais bem aceitos socialmente do que outros, inclusive por parte dos próprios homossexuais, que atribuem estigmas e tabus a locais mais demarcados sexualmente, como saunas e “cinemões”. Dessa forma, a ida a esses lugares, na experiência de parte dos informantes consultados, tende a ser mais rareada e realizada de maneira solitária e

discreta, ao contrário de boates e festas itinerantes, às quais se costuma frequentar com grupos de amigos e divulgar em redes sociais. Muitas vezes, tabus e preconceitos relativos a lugares onde é comum a prática de sexo casual, ou onde há proeminência de homossexuais mais velhos, são compartilhados entre grupos de amigos, o que muitas vezes dificulta o compartilhamento da informação de que se frequenta um lugar com essas características.



Figura 11 - Mapa do Recife com demarcações referentes a espacialidades mencionadas na tese: **A** - região onde os informantes foram recrutados via Grindr, na Zona Norte da cidade, entre 2019 e 2020, a partir do bairro da Encruzilhada; **B** - Centro, onde, sobretudo no bairro da Boa Vista, se concentra o circuito de lazer presencial homossexual da cidade desde os anos 1970, com boates, bares, saunas e “cinemões” voltados majoritariamente para sociabilidades homoeróticas; **C** - Praia de Boa Viagem, onde ocorre a Parada da Diversidade, desde 2002, e onde há pontos de socialização inclusivos para homossexuais ao longo da orla, como a Barraca do Pingo, na área do Pina, além de pontos noturnos de pegação informais relatados pelos informantes. As extremidades esquerda e direita do mapa sinalizam as direções dos municípios Cabo de Santo Agostinho (Litoral Sul) e Olinda, respectivamente, de onde são quatro dos dez informantes consultados para esta tese. Fonte da imagem: Base Administrativa do Curado.

## 5.2 CIRCUITOS DE LAZER HÍBRIDOS E AGENCIAMENTO DAS MÍDIAS DIGITAIS

Entre o final dos anos 2000 e ao longo dos anos 2010, o Shopping Boa Vista, estabelecimentos nos arredores e boates como o Club Metrópole foram os primeiros espaços inseridos em um circuito de lazer homossexual aos quais os nossos informantes tiveram acesso, entre o final da adolescência e o início da vida adulta. Os estabelecimentos na região do Shopping Boa Vista, como a própria Fun Fashion, costumavam ser “espaços de inicia o” em termos de sociabilidades homossexuais. Por vezes, eram locais frequentados após as aulas que ocorriam em colégios e cursinhos do Centro ou aos fins de semana. Já as idas ao Club Metrópole, “cinemões” e saunas ocorriam após a chegada desses indivíduos   maioridade, devido às restri oes legais desses espaços. No caso do Club Metrópole, alguns informantes chegaram a frequentar matin es permitidas para menores de 18 anos e continuavam secretamente na boate após o encerramento do evento diurno,   espera da programa o noturna da casa. Em geral, havia uma alta expectativa para completar 18 anos e passar a frequentar boates e festas itinerantes, enquanto os “cinemões” e as saunas, associados a desejos privados e discretos, entre o segredo e o estigma, costumavam ser frequentados após os 20 anos, o que indica uma possível moraliza o desses espaços por parte dos informantes.

Daniel passou a ficar a par dos eventos da Fun Fashion e de outros lugares próximos ao Shopping Boa Vista a partir de divulga es no Fotolog e no Orkut, no final dos anos 2000.   interessante observar que ele manteve uma integra o sinérgica entre os âmbitos on-line e offline desde o início de sua inser o nas mídias digitais, uma vez que ele buscava interagir com outros frequentadores on-line antes de comparecer aos eventos, de modo a antecipar e a refinar prospec es de amizades ou de parceiros afetivo-sexuais quando estivesse presente nos estabelecimentos: *“Aos 17, comecei a sair. Eram as pessoas do Fotolog. A minha realidade foi uma coisa de você chegar, começar a olhar o perfil da pessoa e soltar um ‘você   muito fofo’. E aí as coisas iam começando a acontecer. Eu tava sempre nos rolês, sempre tava em contato com a galera, porque nesse período eu fui um dos Fotologs mais famosos de Recife”* (Entrevista de Daniel, 22/09/2019).

Daniel conheceu quatro dos cinco namorados que teve até 2020 nesse período: o primeiro através do Orkut, e os outros três na Fun Fashion, com quem trocou contatos de redes sociais. Alexandre vivenciou uma situação semelhante. Morador de Vitória de Santo Antão, na Zona da Mata Norte, no final da adolescência passou a frequentar o Centro do Recife diariamente para assistir às aulas de um cursinho de pré-vestibular. Foi quando encontrou pessoalmente o primeiro namorado, que havia conhecido no Orkut e com quem se correspondia no MSN Messenger havia cerca de um ano. Foi esse namorado que o introduziu ao circuito de lazer homossexual próximo ao Shopping Boa Vista, inicialmente, e depois no Club MetrÓpole e na MKB, sendo esta última a sua preferência, por ser mais popular em público e atrações musicais: *“Quando eu comecei a namorar, ele já me incluiu na cena, tipo, MKB. Como a gente era muito jovem, então a gente traía muito um ao outro, porque todo mundo só queria pegar a galera. Ele também tinha acabado de sair do armário. A MetrÓpole era uma coisa muito elitizada e a gente ia na MKB porque era do povão. [...] Depois que a MKB fechou [em 2017], a MetrÓpole deu uma misturada, e hoje é tudo a mesma coisa”* (Entrevista de Alexandre, 14/02/2020).

Na virada para a década de 2010, houve uma diminuição do fluxo noturno da rua do Giriquiti (entrada lateral do Shopping Boa Vista), cujas vias eram ocupadas por frequentadores dos bares e casas noturnas da região, após protestos de fiéis de uma igreja evangélica e arrastões. Essa mudança redirecionou parte daquele fluxo<sup>99</sup> para a rua das Ninfas, que, àquela altura, já recebia um fluxo bastante expressivo devido aos frequentadores dos bares próximos ao Club MetrÓpole, como o Conchittas e o Santo Bar (depois Bar do Céu), o que ocasionou em uma movimentação ainda mais robusta naquela região. Como opção econômica, havia ainda a loja de conveniência Shell Select, localizada no posto de gasolina homônimo, na avenida Conde da Boa Vista, que, além de ser um point frequentado antes ou após baladas, era uma

---

<sup>99</sup> Uma parte do público da Fun Fashion passou a se reunir na Praça do Arsenal, no Bairro do Recife, especialmente nos fins de semana. Essa mudança manteve o segmento das tribos urbanas ativo na região, enquanto o público LGBT mais amplo passou a ocupar a rua das Ninfas de maneira mais marcada. É importante pontuar que, a despeito dos estabelecimentos pagos, ambos os espaços se mantiveram como opções de lazer presenciais mais econômicas e acessíveis. Era comum, por exemplo, levar bebidas compradas em mercados ou adquirir de ambulantes a preços reduzidos em comparação a bares, festas e boates, o que levava um maior número de pessoas em condições sociais diversas a se integrarem a um circuito de lazer presencial que tinha como motor principal as dinâmicas de encontro nas ruas da cidade.

atração em si mesmo, com grupos socializando na área externa do estabelecimento. No âmbito de um circuito de lazer homossexual hegemônico frequentado pela maioria dos nossos informantes nesse período, somavam-se às opções de lazer supracitadas saunas, “cinemões” e festas itinerantes de diferentes segmentos, como de música pop, eletrônica e ritmos regionais.

Parte desses espaços foram mencionados no relato de Daniel, que citou também algumas das dinâmicas associadas a esses estabelecimentos:

*Eu fui muito pra rua das Ninfas, fiz todo o rolê antropológico da rua das Ninfas. Ia pro Select, até porque era um rolê que era até mais fácil. Aí às vezes eu ficava com alguém, ou ia pro shopping [Boa Vista] também praticar uma coisa que eu não praticava antes. Foi muito bom pra mim isso aí. Chegar no shopping, andar de boa, vir um cara, olhar pra mim, eu olhar pra ele, chegar e dizer “e aí, tudo bom?”. Uma coisa que eu só via nos filmes, uma coisa que eu nunca tinha coragem de chegar pra fazer. Eu era muito tímido. Eu era assim, eu me montava, fazia umas coisas “pá”, bem peso, mas eu morria de medo de receber um não. Bobagem. O cara olhou pra mim, eu olhei pra ele, com certeza ele tá querendo alguma coisa. Inclusive, desde que eu comecei a chegar lá e falar, sempre rolou. Sempre rolou. Nunca não rolou. (Entrevista de Daniel, 01/03/202)*

A ida a esses lugares é associada por parte dos informantes à formação de suas identidades enquanto homossexuais. Nesse sentido, esses ambientes são lidos pelos informantes como espaços acolhimento e diversão, mas também de exploração de sociabilidades e de construção de subjetividades desejantes. No caso de Daniel, por exemplo, frequentar o circuito homossexual/gótico em torno da Fun Fashion foi fundamental para que ele desenvolvesse a sua persona artística, o seu círculo social e o seu trabalho como designer de roupas. Já para Mateus, o circuito de lazer concentrado na rua das Ninfas foi decisivo para a aceitação de sua sexualidade e para a formulação de sua identidade enquanto homossexual: *“Quando você tá começando a construir e entender sua identidade, principalmente eu, que vim de situação de estar dentro de uma igreja, com 20 anos, achando que era errado ser gay, no momento em que eu comecei a me desvincular desses*

*preconceitos, eu precisava estar em lugares que eu me sentisse seguro, protegido. Então, a Metrópole e os empreendimentos Maria do C eu, de forma geral, eram lugares seguros*”, comentou. Para ele, frequentar festas itinerantes, especialmente as de música eletrônica realizadas em vias públicas, como a Dip e a Batestaca, contribuiu ainda mais fortemente para uma “aceita o verdadeira” de sua identidade, uma vez que ele passou a se deparar com uma maior diversidade e a se sentir seguro para expressar a própria homossexualidade “sem estar trancado nos lugares”.

Ao mesmo tempo, na medida em que passar a frequentar esses estabelecimentos e eventos representava um “rito de passagem” voluntário para a assun o de uma identidade homossexual, por vezes a integra o a esse circuito de lazer era lida como um processo compulsório para o desenvolvimento de sociabilidades homossexuais e, conseqüentemente, para a aquisi o de reconhecimento social de ordem desejante – de forma análoga às dinâmicas de uso de TICs na atualidade, especialmente os aplicativos de encontro, nos quais, para além dos elementos supracitados, busca-se o desenvolvimento de capital sexual sob as diretrizes de uma  tica do desejo empreendedora. Alexandre, por exemplo, apesar de ter frequentado exaustivamente boates no início de sua trajetória afetivo-sexual, revelou em um outro momento da entrevista que nunca gostou de boates. Sobre este ponto, ele afirmou: *“Sempre detestei boate. Eu gostava da MKB porque eu ia pra show de drag. Adorava. Mas, pra estar em boate, não. Até porque no começo eu achava que a gente tinha meio que a obriga o de ir. Porque ‘os gays têm que estar nesse lugar’. Depois que eu entendi que não era isso, tipo ‘aí, eu posso ir pra qualquer lugar’ e tal”* (Entrevista de Alexandre, 14/02/2020).

No geral, as boates e mesmo os bares em torno delas passaram a ser menos frequentados pelos informantes na medida em que eles ficaram mais velhos. Nos anos 2010, por exemplo, estas passaram a se tornar op oes de lazer menos importantes para eles, ao contrário de festas itinerantes, cuja diversidade de segmentos e rotatividade de lugares e frequentadores eram consideradas mais atrativas e mais propensas a oferecer efetivamente novidades.   relevante pontuar ainda que algumas dessas festas, devido aos custos elevados envolvidos, passou a concentrar um público mais homog neo,

majoritariamente branco e de classe média, enquanto atrações mais acessíveis, como os bares da rua das Ninfas, passaram a receber um público com menor poder aquisitivo. A profusão de *apps* de encontro na década em questão constitui um outro elemento que pode ter contribuído para uma relativa obsolescência do circuito de lazer que abrange o “fervo” das boates e bares mais agitados do Centro. Essa tendência, no entanto, corresponde especificamente à geração investigada nesta tese, uma vez que esses estabelecimentos mantiveram um fluxo de frequentadores relativamente intenso, a despeito da recorrente instabilidade auferida ao circuito de lazer homossexual recifense.

É interessante observar que a busca por novidades nas opções de lazer presenciais assume termos comparativos com a escala de novidades e consequente alta seletividade associadas aos aplicativos de encontro e às redes sociais. Isto é, uma vez que os indivíduos passam a ser regularmente “treinados” pelas dinâmicas das plataformas para buscar a melhor opção de parceiro possível, isso se reflete na busca pelas melhores opções de lazer disponíveis, onde se poderia, como uma extensão dos aplicativos, ampliar as chances de se encontrar o parceiro “ideal”, além de testar o próprio capital sexual de forma presencial. Pedro, por exemplo, relatou que assume diferentes personas em cada plataforma que utiliza para ampliar as chances de prospecção afetivo-sexual efetivas, da mesma forma que modula o seu comportamento a depender dos espaços que frequenta. Na visão do informante, essa adequação ocorreria *“pelo mesmo motivo que você acaba se portando de forma diferente em certos ambientes sociais”*, uma vez que, *“você, com sua família, é uma pessoa, ou age de um jeito; no seu trabalho, age de outro; na sua faculdade, age de outro; com seus amigos, de outro”* (Entrevista de Pedro, 12/02/2020).

Nesse sentido, Pedro chegou a comparar a modulação de identidade e comportamento à qual adere nos aplicativos de encontro ao contexto das festas itinerantes da cidade. Considerando as variações de público, estilo de música e tipo de roupa associadas a cada evento, ele consegue antecipar os desafios e vantagens das prospecções afetivo-sexuais presenciais, de forma

análoga ao que ocorre nos aplicativos, a partir da segmentação de público e das estratégias de sociabilidade mobilizadas em cada rede:

*A galera que tá no Grindr, tá visando pegação; no Scruff, tá visando pegação; a galera que tá no Tinder, tá visando conversa. Eu tenho essa visão. São ambientes virtualmente em que a galera tem o mesmo comportamento social. É a mesma coisa nas festas da cidade. Se você for pra uma Freaks, é uma energia das pessoas; se você for numa Carola, uma Tarantina, é outra energia; se você for pra MetrÓpole, é outra; se você for pra [festas da] Golarrolê, é outra. Energia é público, roupa, música, postura das pessoas... principalmente postura. Tipo, a Freaks é a que eu menos gosto na questão de música, mas é a que eu mais gosto de público. Eu adoro a energia das pessoas, porque é uma galera que é genuinamente ela. Elas vão pra se divertir, curtir o rolê. Elas fazem o rolê acontecer, tranquilas, assim, de boa, despidas de qualquer coisa. Que, no caso, se você for numa Golarrolê, não existe isso. É uma galera que vai numa vibe mais 'instagramável'. A galera, digamos, na Freaks, é super de boa, afeminada, bicha louca, tranquila. Se você for numa Golarrolê, a galera é mais normativa, padrão. Assim como se você for num app e colocar uma foto bem bichona, bem garota, muito provavelmente boa parte dos caras não vai falar com você. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020).*

As falas de Pedro sugerem que o circuito de sociabilidades homossexual ao qual ele se integrava exigia uma certa modulação empreendedora do *self* para se usufruir, de maneira utilitária e individualista, de suas possibilidades e potencialidades da forma mais efetiva possível, dinâmica próxima à que ele identifica nas mídias digitais. Nesse sentido, Pedro se refere a um processo de teatralização de si, o que compõe, na visão de Ehrenberg (2010), um modo de ação empreendedora que busca burlar a exclusão social e atingir o almejado sucesso individual. Nesse contexto, o indivíduo adotaria um modo de ação empresarial para administrar a própria imagem. Para Ehrenberg (2010, p. 48), o campo de ação da empresa, de onde viria o ímpeto empreendedor atual, não teria limites, uma vez que estaria em toda parte da vida em sociedade. Por essa razão, a ação de empreender passa a ser lida como um valor e um princípio de ação no domínio da vida privada, o que faz com que, na visão do

autor, a ideia de sucesso constitua um sistema de normas que se endereça a todos, independentemente do lugar que venham a ocupar na hierarquia social.

Integrados a um circuito de lazer homossexual híbrido, em decorrência do acesso assíduo a mídias digitais para fins sexuais e amorosos, os informantes ponderaram acerca das distinções entre os âmbitos digitais e presenciais no que diz respeito a sociabilidades homoeróticas e às possibilidades de prospecção afetivo-sexuais. Dessa forma, eles foram questionados a respeito dos atributos que as opções de lazer presenciais poderiam oferecer que as mídias digitais não poderiam, e vice-versa. As ponderações dos informantes acerca das formas de negociação com as instâncias de sociabilidade supracitadas foram múltiplas, mas têm o ponto em comum de que ambas essas instâncias se complementam e cumprem funções que visam a atender diretamente à necessidade de aquisição de reconhecimento social de ordem desejante. É importante pontuar que essa aquisição tende a ser facilitada a partir da abordagem híbrida que os informantes direcionam à exploração e ao aproveitamento do circuito de lazer homossexual ao qual eles integram, de modo a ampliar as chances de obterem efetivamente esse tipo de reconhecimento social.

João e Alexandre, por exemplo, buscam nas opções de lazer presenciais o que afirmam não encontrar facilmente nos aplicativos: “relações reais”. Ambos argumentam que valorizam relações que sejam capazes de “burlar” o meio on-line – que entendem como uma “regra” no âmbito das relações homossexuais atuais – e que sejam orientadas pela presencialidade. Entre os atributos inerentes às opções de lazer presenciais, estariam a adrenalina do flerte presencial e, nos casos de points de pegação, o reforço desta adrenalina em função do risco de ser pego, que João denomina como “perigo”.

Já Gabriel ressaltou que as opções de lazer presenciais seriam mais abertas a desdobramentos menos previsíveis e demandariam “menos imediatismo” do que as plataformas digitais, onde as interações entre os usuários teriam “objetivos formados” e seriam uma espécie de “prova” que exigiria deles resultados excepcionais a todo o tempo. Na perspectiva do informante, a mera entrada no Grindr seria associada à busca por sexo, da

mesma forma que no Tinder entende-se que o usuário estaria em busca de “um encontro e conhecer pessoas”. Já frequentar boates, bares e festas não teria um objetivo tão pré-estabelecido e previsível, sendo mais suscetível a promover encontros e relações mais espontâneas, seja com fins sexuais, amorosos ou relativos à amizade. A associação positiva que Gabriel faz da ideia de “sair sem ter um objetivo” é significativa na medida em que ele sugere que os aplicativos demandariam de seus usuários uma postura implícita de “produtividade” constante, a todo momento de uso dessas ferramentas, enquanto as opções de lazer presenciais supostamente exerceriam menos pressão nesse sentido.

A possibilidade de ter encontros e contatos “despretensiosos” nesses espaços, como Gabriel sublinhou, também esteve no relato de Alexandre. Para este informante, a presencialidade possibilitaria uma gama de nuances sensoriais que seriam mais interessantes do que interações estritamente on-line, a exemplo de olhares, expressões faciais e outras manifestações de desejo, além do supracitado sentimento de adrenalina que é impulsionado pela imprevisibilidade das circunstâncias: *“O cara tá ali no lugar, dançando, bebendo. De repente, eu olho pra tu, tu olha pra mim, a gente começa a se olhar, com jeito de querer beijar, de querer algo mais, e pronto. Ao vivo é melhor, né? Aplicativo é um... complemento. Algo para chegar no ao vivo”* (Entrevista de Alexandre, 14/02/2020).

Assim como Alexandre, no caso de José as possibilidades de sensorialidade do flerte presencial consistem em um diferencial importante em relação às interações on-line. De acordo com ele, o contato presencial oferece a possibilidade de se ter uma construção mais crível e realista do parceiro em potencial do que dentro dos limites de uma conversa remota: *“No aplicativo a pessoa vai construir a sua imagem, construir quem é você a partir do que você fala. ‘Olha, eu faço isso aqui da vida e minhas fotos são essas’. Ela vai olhar, ela vai imaginar como é minha voz, ela vai imaginar como é meu jeito. Eu acho que pessoalmente você já vê, o interesse, o olhar. O olhar diz muito”* (Entrevista de José, 14/02/2020). A construção mais crível possível do interlocutor também foi um interesse levantado por Marcos quando comparou os atributos das opções de lazer presenciais aos das mídias digitais. Para este

informante, a maior vantagem do presencial seria o contato real com o interlocutor, uma vez que os aplicativos nem sempre ofereceriam experiências reais:

*Então você bebe, você interage, você vê a reação da pessoa de diversas maneiras, ela “boa” [sóbria], ela bêbada. No aplicativo você só vai encontrar ela “boa”, entendeu? Em barzinho, essas coisas, não. Você encontra a pessoa pelo real, a pessoa bêbada, a pessoa em outro estado emocional, entendeu? Com efeito de drogas ou sem drogas. Ver a realidade das pessoas. De ver a pessoa como ela é. A promiscuidade dela, a não promiscuidade dela, como ela age dentro desses ambientes, entendeu? E sem julgamentos, entendeu? Uma pessoa extremamente promíscua, mas fora ela é uma pessoa quase santa. Você vê isso, a realidade, a real face das pessoas. (Entrevista de Marcos, 17/02/2020)*

Mateus, por sua vez, além de também valorizar o componente da sensorialidade mencionado por Alexandre, João e José, ressalta a percepção de que a alegada “despretensão” dos encontros presenciais fortuitos seria também uma possibilidade de “desroteirização” das abordagens consolidadas via mídias digitais, isto é, uma possibilidade de fuga dos roteiros culturais voltados para sexo que costumam dominar as interações nos aplicativos de encontro, conforme abordado no [capítulo 4](#):

*Acho que tipo de festas, da rua, sabe, desses lugares, é realmente assim, você conseguir, realmente se permitir a conhecer... a, tipo, conhecer e interagir com pessoas, mas despretensiosamente. Se você for numa festa, por exemplo, você não necessariamente vai... sei lá, começar a interagir com uma pessoa somente porque você quer transar ou você quer beijar. Mas é o tipo da coisa, “ah, sei lá, fui pr’um open bar, tô meio louca”, aí chegou alguém e diz “ó, toma uma água”. Ou então você tá tipo vendo alguma coisa e alguém puxou assunto com você, você conversou com alguém, elogiou a roupa... Isso não tem no aplicativo. Acho que é mais isso, de realmente de ser um contato humano mais tradicional, em relação ao aplicativo, que é uma coisa ainda... acho que é muito mecânico, de falas ensaiadas e tal. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020).*

É relevante pontuar que, para além de compreender eventos presenciais como uma oportunidade para conhecer parceiros em potencial, Mateus associa essas opções de lazer à possibilidade de se conhecer e de formar a sua identidade enquanto sujeito homossexual, seja pela integração a determinadas tribos ou pela incorporação de referências visuais, estéticas e comportamentais com as quais se depara e vem a se identificar. O informante menciona especialmente festas de música eletrônica e/ou voltadas para a cultura negra que ocorrem em vias públicas de forma gratuita: *“É um movimento de uma aceitação mais verdadeira da minha identidade, de tipo ‘tá, não precisa mais estar trancado nos lugares’. Uns rolês assim eu tenho ficado mais tranquilo”* (Entrevista de Mateus, 07/02/2020). Enquanto uma pessoa gorda e afeminada, Mateus entende essas opções de lazer como mais receptivas às suas características físicas e expressão de gênero, o que dificilmente ocorreria da mesma forma em outros segmentos de eventos presenciais ou nos próprios aplicativos.

Daniel pontuou que o flerte presencial, especialmente as práticas de *cruising* em espaços públicos, como parques ou shopping centers, passou a constituir uma alternativa à repetição dos roteiros culturais voltados para sexo associados às mídias digitais. O excesso de interações remotas repetitivas via aplicativos gerou no informante um cansaço que ele decidiu superar a partir de tentativas de encontros fortuitos nesses espaços, em especial as praças de alimentação do Shopping Boa Vista. De acordo com Daniel, o cansaço se associava ao fato de os aplicativos estarem “fáceis” e “repetitivos”: *“Eu tava querendo sentir essa sensação de ir pro mundo e testar isso no mundo. E aí eu entrei nesse processo ano passado de testar realmente o mundo. E deu certo. Deu ganhos positivos. Teve duas ou três pessoas que eu trouxe aqui pra casa pra transar”* (Entrevista de Daniel, 01/03/2020). É interessante pontuar que o “testar estar no mundo” mencionado pelo informante está diretamente atrelado à sua curiosidade de colocar à prova o seu capital sexual de forma presencial. Isso foi realçado após uma longa temporada em que esteve recluso, restrito a encontros via aplicativos e dedicado a um intenso treinamento de musculação – este último com o objetivo de atingir minimamente o almejado padrão

corporal dos influenciadores do segmento bodybuilder, que acompanhava no Instagram com afincos.

As visitas de Daniel ao shopping para flertar presencialmente, para além de um escape da alegada repetição dos aplicativos de encontro, também estiveram relacionadas a motivos financeiros. Enquanto a maior parte dos informantes intensificou as idas a festas e boates no início dos anos 2010, Daniel, que tinha uma vida social significativamente agitada até pouco tempo antes, decidiu se abdicar de gastos de lazer para atingir o objetivo de sair da casa de seus pais e morar sozinho. Nesse ínterim, ele se dedicou de sobremaneira ao trabalho, que exercia de casa, e ao desenvolvimento de seu próprio físico, vinculado a um treinamento intensificado de musculação e consumo de suplementos. É interessante ressaltar a centralidade que os aplicativos de encontro passaram a exercer na vida afetivo-sexual de Daniel nesse período. Durante a maior parte dos anos 2010, ele se restringiu a encontros casuais em sua casa, articulados exclusivamente via plataformas. Apenas no fim da década, como descrito no parágrafo anterior, ele aderiu novamente a práticas de *cruising* em shopping centers, tanto pela exaustão relatada em decorrência do uso repetitivo dos aplicativos quanto por ser uma opção econômica de lazer presencial, uma vez que o seu objetivo, à época da entrevista, era juntar dinheiro o suficiente para adquirir o apartamento que ele então alugava.

Apesar da alegada “repetição” proporcionada pelos aplicativos à exaustão, as plataformas digitais não são percebidas como um elemento majoritariamente negativo para a maioria dos informantes. No caso de Daniel, de certa forma, elas contribuíram para que ele atingisse parte de seus objetivos financeiros sem necessariamente se abdicar de ter uma vida social e sexual ativa. A questão de não frequentar espaços de lazer presenciais que demandassem custos possivelmente mais elevados, como boates e festas, segundo ele, não o afligia, uma vez que os aplicativos supriam essa necessidade ao oferecer uma alta disponibilidade de parceiros sexuais de maneira facilitada: “[Eu não saio,] *mas aí eu transe. Transei ontem. Ontem foi um dia excelente. Eu consegui fazer todas as coisas: eu trabalhei, malhei, transei e comi pizza, da pizza que eu gosto. Queria um boy que dividisse a*

*pizza comigo, porque as pizzas ficaram muito caras*”, ponderou, ressaltando inclusive o caráter economicamente utilitário de um encontro casual.

Quando questionados sobre o que os aplicativos de encontro poderiam oferecer que fugiria ao escopo das atividades de lazer presenciais, os informantes confluíram em suas respostas para a praticidade e a rapidez com que poderiam se engajar em relações sexuais casuais. No relato de Daniel, que optou por se restringir a essa modalidade de encontros por quase 10 anos, foi ressaltado como atributo positivo associado aos aplicativos o “sexo muito fácil”: *“Quando eu falo muito fácil, eu digo ‘vamo?’, ‘vamo’. Tipo assim, três frases, pronto”*, detalhou. De maneira semelhante, José elogiou a rapidez de efetivar um encontro a partir de interações nas plataformas: *“Pronto, é muito rápido. Às vezes nem fala nome: ‘tô aqui em casa’. Aí é muito rápido, porque a pessoa vem, não dura muito e tal, foi embora”*. Na maior parte dos relatos, a alegada praticidade dos aplicativos é evocada como um sinônimo de “segurança” e “proteção”, no sentido de preservar o informante de violências físicas ou situações de rejeição presenciais<sup>100</sup>.

Gabriel, por exemplo, afirmou que as interações via aplicativos contribuem para suplantar a sua suposta inabilidade em flertar de forma presencial: *“Eu não sei flertar. E pra eu flertar eu preciso ter certeza que a pessoa tá lá. E esse negócio de flertar, eu não acho prático. Não tô dizendo que, tipo, eu não gostaria, eu gostaria, mas não é prático, entendeu?”*, explicou. Mateus partiu do mesmo pressuposto, ressaltando que os aplicativos possibilitam uma sensação de “proteção” frente a possíveis situações constrangedoras, como tomar a iniciativa de flertar com uma pessoa desconhecida. O informante ressaltou que, diferentemente de ocasiões

---

<sup>100</sup> É interessante observar que para outros informantes, como João, a experiência de rejeição por parte de outros homossexuais é traumática independentemente de onde aconteça (*“A rejeição é constrangedora em qualquer lugar, qualquer plataforma”*, descreveu), sendo um elemento acionador da deterioração de sua autoestima. Conforme mencionado no capítulo 4, uma estratégia utilizada por João para lidar com os episódios de rejeição nos aplicativos foi criar perfis falsos para conseguir imagens e informações íntimas daqueles que o haviam rejeitado, de modo a criar um “banco de dados” de seus interlocutores e utilizar esse material para informar os amigos acerca dos atributos “negativos” ou “positivos” daqueles possíveis pretendentes. Essa estratégia pode ser lida como uma tentativa de aplacar o sentimento de rejeição através de um suposto exercício de poder sobre esses usuários, uma espécie de “controle” sobre a classificação daqueles indivíduos no mercado de desejo afetivo-sexual, que seria também uma “vingança” em decorrência do rebaixamento simbólico vivenciado por ele próprio nesse mesmo mercado.

presenciais, nos aplicativos ele não precisaria estar sob efeito de álcool ou drogas para interagir com alguém de seu interesse.

Tiago, por sua vez, sublinhou a possibilidade oferecida pelos aplicativos de obter previamente o máximo de informações que ele considera relevantes sobre um parceiro sexual ou afetivo em potencial – seja através de informações disponibilizadas nos perfis das plataformas ou de mensagens e imagens íntimas compartilhadas em conversas privadas. Na visão do informante, ter acesso a essas informações e poder avaliar o seu interlocutor de antemão significa economizar tempo e esforços em encontros presenciais, conversas e cortejos, o que possibilitaria uma maior eficiência e otimização de desempenho dentro dos parâmetros de uma ética do desejo empreendedora.

É interessante observar que os aplicativos de encontro não remetem necessariamente à eficiência e à praticidade para todos os informantes. De maneira ambígua, eles são compreendidos como eficientes, por um lado, mas também são vistos como elementos associados à frustração, ao vício e à repetição, com resultados que podem não corresponder aos esforços despendidos por seus usuários. Pedro, por exemplo, quando sente vontade de se relacionar sexualmente com alguém, prefere ir a saunas. Para o informante, a busca sexual seria mais direcionada e certa nesses estabelecimentos do que nos aplicativos, nos quais gasta horas ou dias de prospecção sem a garantia de um resultado satisfatório: *“Eu, quando tô na vontade de ‘viçar’, eu atualmente tenho mais vontade de ir para a sauna, porque eu acho mais prático. Vou estar pagando por aquilo, mas eu acho mais prático”*, descreveu. Sobre a experiência em saunas, ele detalhou:

*Se eu quiser ser direto, eu prefiro ser direto na sauna. Porque o povo vai pra sauna já na intenção de foder. É literalmente você olhar pra pessoa, ver que os dois se bateram, aí se pega um pouco e vai foder. Na sauna é muito fácil fazer exibicionismo, porque é um lugar propício para isso. É um Grindr ao vivo. A sauna daqui, a que eu conheço, a Thermas [Boa Vista], não é grande. A galera fica andando, com o tempo ficam passando as pessoas. Às vezes a pessoa cansou, gozou, etc., aí sai e chega mais gente. Fica sempre trocando o fluxo de pessoas. Mas aí fica andando entre os ambientes pra ver se vê alguém que*

*acha interessante ou curte. Ou vai pro dark room, que só quer dar uma gozada, não importa com quem ou a quem, vai lá e faz. [...] Às vezes você perde horas caçando [em casa, utilizando os aplicativos de encontro], aí para, vê alguma série, aí volta, caça... eu prefiro ir [à sauna]. Vou, fodo com alguém ou 'alguéns', mato minha vontade e aí volto pra casa, vou pro rolê, tranquilo. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

Pedro compreende a sauna como uma alternativa “paga” e “eficiente” aos aplicativos, que, apesar de cobrarem por pacotes de serviços, são mais populares devido às versões gratuitas que oferecem. É interessante observar que o informante compreende as dinâmicas inerentes à sauna como um “*Grindr ao vivo*”, em decorrência da alta variedade de parceiros sexuais em potencial, do teor sexualizado do ambiente e da objetividade das interações, a despeito da impossibilidade de autorregulação da visibilidade e da exposição do próprio corpo. No entanto, a sauna seria mais “produtiva”, uma vez que o processo de obtenção de um parceiro sexual, apesar de supostamente facilitado pelas dinâmicas das mídias digitais, pode ser prejudicado por um funcionamento não desejado dessas próprias dinâmicas – como bloqueios, práticas de *ghosting* (“vácuo”) e hostilização por parte de outros usuários. Dessa forma, quando o desempenho do informante nas plataformas é posto à prova, ele vai à sauna com o fim de prospectar um parceiro de forma presencial, de modo não apenas a se satisfazer sexualmente, mas a recuperar a sensação de que ele é desejável. Apesar de um investimento financeiro maior, o informante poupa o tempo que seria desperdiçado nos rituais de sociabilidade dos aplicativos e satisfaz a sua demanda de maneira mais efetiva, o que seria uma expertise adquirida no âmbito do circuito de lazer híbrido que ele integra.

A partir do depoimento de Pedro, inferimos que existe uma demanda por imediatismo em aplicativos de encontro voltados para pegação, como o Grindr, que também se manifesta em lugares presenciais específicos, como “cinemões” e especialmente a sauna. Os aplicativos evidentemente não fundaram a demanda por imediatismo nas relações homossexuais, mas facilitaram a sua efetivação de uma maneira sem precedentes históricos. A sauna não é tão acessível quanto o Grindr, pelo custo associado ao espaço, nem dispõe da possibilidade de discrição e anonimato oferecida pelo aplicativo,

mas possui dinâmicas semelhantes às aquelas encontradas nas plataformas, como um relativo alto fluxo de parceiros em potencial, a objetividade e a diversidade de experiências disponíveis, bem como o acesso prévio a uma perspectiva do corpo do interlocutor antes de um ato sexual, seja através da troca de imagens nos aplicativos ou de vislumbrar o indivíduo nu ou seminú em determinados ambientes de uma sauna.

É interessante observar que, enquanto Pedro estabelece uma relação direta entre o ambiente da sauna e o Grindr, Lucas apontou um desconforto latente ao frequentar saunas, onde, diferentemente dos aplicativos de encontro, não dispõe da possibilidade de regular a visibilidade de seu rosto, ou seja, de sua identidade, nem de seu corpo, ou seja, de sua intimidade, uma vez que o traje mandatório das saunas tende a ser apenas uma toalha. Nesse sentido, Lucas relatou que não gosta do ambiente da sauna por conta da exposição e do julgamento a que submeteria o seu corpo, justamente por vivenciar um “Grindr ao vivo”, o que remete a ele diretamente a um componente frequente e desconfortável do aplicativo, que é a rejeição. Já o entrevistado Pedro, como mencionado anteriormente, associa à sauna um aspecto que considera positivo dos aplicativos de encontro, que é a facilidade e a rapidez para se conseguir contatos sexuais relativamente imediatos.

Ao passo em que se sente desconfortável em saunas, Lucas relatou que se sente confortável em festas de sexo, onde fica sem roupa, assim como os outros frequentadores. Lucas foi o único informante que mencionou esta opção de lazer, especificamente a Festa do Naldo<sup>101</sup>. O próprio informante reconhece ser contraditório o fato de não gostar de frequentar saunas, pelos motivos expostos, mas gostar de festas deste segmento. O que pesa, no entanto, é a socialização da sauna, onde há uma “tensão na busca que tem no Grindr”, que sugere a iminência de uma rejeição, enquanto nessas festas o ambiente seria mais descontraído e as pessoas, supostamente, estariam mais abertas a experiências sexuais: *“É tipo um clube de sexo. Mas é um lugar em que se*

---

<sup>101</sup> A Festa do Naldo consiste no evento de sexo grupal mais popular entre homossexuais na cidade do Recife, podendo ocorrer em espaços comerciais, especialmente na região da Boa Vista, ou em locais privados, como flats na região de Boa Viagem. O acesso se dá mediante o pagamento de uma taxa pré-determinada e pode ser aberto ao público, no caso de espaços comerciais, ou controlado, através de um grupo de WhatsApp, em se tratando de locais privados.

*criou uma comunidadezinha, assim, e tudo que tem de gay lixo no Grindr, também tem na vida real, então não é uma suruba que você marca com pessoas que você conhece, é qualquer pessoa” (Entrevista de Lucas, 10/02/2020).*

O medo de rejeição também motiva o distanciamento voluntário de Gabriel em relação às saunas. Assim como Pedro e Lucas, Gabriel também comparou o ambiente das saunas ao Grindr, mas ponderou que, a despeito de haver medo de rejeição em ambas as circunstâncias, no Grindr ele teria a possibilidade de ignorar a recusa ou o silêncio de seu interlocutor e continuar o processo de prospecção de parceiros com outros usuários. Já na sauna, a rejeição seria presencial, o que tornaria a situação mais constrangedora e "real". O informante se referiu a essa situação hipotética como um risco ao qual ele não estaria mental e psicologicamente disposto a passar, devido ao impacto negativo que poderia causar na sua autoestima:

*Esses ambientes [as saunas] me lembram muito um Grindr presencial, né? Por exemplo, você vai pra lá, a gente sabe que o pessoal vai pra lá pra transar, né? E aí, tipo, no Grindr, a gente tem aquele negócio de que, tipo, se no dia que eu entrar no Grindr, ninguém se interessar por mim, ninguém vier falar comigo, eu tô de boa, porque eu tô em casa, eu tô no meu canto e tal. Eu não tô passando por nenhum tipo de humilhação. Mas se eu chegar numa sauna e ninguém se interessar por mim, e eu vou ter que sair de lá, as pessoas vão estar me notando, aí pra mim é um tipo de humilhação que eu não quero ter, não quero passar. Não estou dizendo que eu não passaria por ela, mas é, tipo, um risco que eu acho que mentalmente, psicologicamente eu não quero passar. (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020)*

Apesar de apresentarem estigmas pontuais em relação a saunas, os relatos dos informantes apontam que esses espaços constituem opções de lazer para uma mescla de gerações de homossexuais, o que se sobrepõe, ainda que parcialmente, à visão de que esses estabelecimentos seriam ligados majoritariamente a frequentadores mais velhos e garotos de programa - embora esta perspectiva ainda constitua uma ideia do senso comum partilhada amplamente entre homossexuais mais jovens (Miskolci, 2017a). Comparações

entre o ambiente da sauna e o Grindr foram recorrentes, constituindo tanto atributos positivos (variedade de parceiros e objetividade para fins de sexo) quanto negativos (exposição do corpo e possibilidade de rejeição). É interessante observar que esse paralelo sugere, no âmbito de uma ética do desejo empreendedora, que tanto a sauna quanto aplicativos como o Grindr estão alinhados a uma ideia de masculinidade predatória na qual o homem modelar seria justamente aquele inserido na busca serial de parceiros(as).

Pedro foi um dos informantes que se referiram a estabelecimentos de cunho sexual mais marcado de forma mais aberta e sem estigmas, como saunas e “cinemões”. No geral, ser visto e reconhecido na maior parte dos estabelecimentos voltados para homossexuais, em especial boates, bares e festas itinerantes, constitui um atributo positivo, pois contribuiria para promover a integração desses indivíduos ao componente presencial de um disputado circuito de lazer híbrido, em que ser compreendido como desejável por outros homossexuais é um elemento distintivo. No entanto, “cinemões”, saunas e points de pegação foram abordados por alguns informantes como lugares a se evitar, o que denota a proeminência de um prisma moralizante e condenatório frente à possibilidade de fruição sexual associada a esses espaços. Vale ressaltar que esses estabelecimentos, como aponta Juliana Coelho (2018, p. 50) em sua tese sobre um cinema pornô de Fortaleza (CE), constituem materializações dos tabus sociais relacionados à homossexualidade, como a associação do HIV/aids a esta população. Nesse sentido, parte dos informantes relacionou o ato de frequentar determinados espaços ao estereótipo do “gay devasso” e “não respeitável”, um atributo em geral pouco valorizado no mercado afetivo-sexual homoerótico no que diz respeito à busca por um parceiro dito “ideal”.

Na ótica de parte dos informantes, esses estabelecimentos seriam a representação da ideia de “meio gay” marginalizado remanescente de décadas anteriores, uma vez que, diferentemente de boates ou bares, eles não teriam sido relativamente dissociados da maior parte dos estigmas que remetem às ideias de “devassidão”, “inconsequência” e “imoralidade” relacionadas aos homossexuais. Está presente no discurso de parte dos entrevistados a percepção de que esses lugares poderiam expô-los a diferentes riscos, como a

contração de infecções sexualmente transmissíveis, em especial a aids, consumo de drogas forçado e a possibilidade de violência de ordem física ou mesmo sexual. José, por exemplo, atribuiu ao “medo” o fato de nunca ter ido uma sauna, onde, no seu pensamento, ele provavelmente contrairia alguma doença sexualmente transmissível.

Na visão de Pedro, o julgamento negativo sobre uma postura sexualmente livre é recorrente também entre homossexuais, sejam eles “comuns” ou, de maneira ainda mais frequente, “padrões”, que seriam aqueles alinhados em termos estéticos e comportamentais à heteronorma, associados majoritariamente a um físico “sarado” e a uma expressão de gênero virilizada. Isso ocorreria a despeito da contradição identificada pelo informante de que a mesma lógica de “liberdade sexual plena” que operaria em estabelecimentos como saunas e “cinemões” também se aplicaria, talvez de maneira ainda mais proeminente, aos aplicativos de encontro, constituindo, portanto, uma premissa relevante nas diferentes expressões de homossexualidade contemporâneas.

*Tem muita gente que adora fazer uma linha de julgar você se você pega geral, se você vai pra sauna, ou aquele point de pegação que tem em Boa Viagem – que até hoje eu não sei onde é, mas eu sei que existe, e já ouvi a galera julgando. Só que pra entrar no Grindr, pra mandar uma foto da rola, pra manda uma foto do cu aberto de quatro, não tem problema. Mas aí age no Grindr desse jeito, só que quando você vai agir ao vivo, fica agindo de puritana, censurando, e aí eu não permito. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020).*

Pedro sugere que a cartilha moral que costuma ser seguida no Grindr não é a mesma daquelas seguidas no âmbito dos encontros presenciais, sendo mais “permissiva” e “elástica”. A cartilha moral associada ao Grindr também seria distinta em outros aplicativos, como o Tinder, que pressuporia intenções menos sexualizadas e mais focadas na prospecção de relacionamentos sérios. O relato do entrevistado sugere a existência de um patrulhamento moral dentro do circuito social homossexual recifense, no qual vivências mais livres em relação à sexualidade deveriam ser condenadas e vistas como motivo de “vergonha” e “humilhação” também entre os seus pares. De maneira geral, observamos que esse patrulhamento se associa às condições de visibilidade

impostas pela heteronorma, em relação à estipulação tácita de quais corpos, práticas e atividades seriam aceitos à luz do dia, e quais deveriam ser relegados ao silenciamento e obscurecimento.

É interessante destacar que a contradição apontada por Pedro remete a registros históricos de julgamentos negativos semelhantes sobre os mesmos tipos de espaços de lazer mencionados pelo informante por parte de homossexuais de outras localidades e tempos históricos. Conforme citou Bastos (2018, p. 240), membros da Mattachine Society, considerada a primeira organização homossexual dos Estados Unidos, em 1953, ao passo em que lutavam sistematicamente para combater a perseguição contra homossexuais na era macartista, repudiavam publicamente o ato de frequentar saunas e bares deste segmento, uma vez que esses estabelecimentos “danificariam” a reformulação de uma nova imagem da comunidade homossexual que eles propunham, ou seja, uma imagem necessariamente dissociada de práticas, corpos e vivências compreendidos pelos militantes comunistas da Mattachine Society como “ímorais” e “promíscuos”.

Na etnografia de Miskolci (2017a) sobre sociabilidades digitais de homossexuais nas cidades de São Francisco e São Paulo, um discurso similar ao dos membros da Mattachine Society se destacou em depoimentos que relacionavam as saunas aos aplicativos de encontro de forma pejorativa. Um dos informantes estadunidenses do pesquisador teceu críticas a plataformas como o Grindr em decorrência da oferta de um alto fluxo de parceiros sexuais para homossexuais. Na perspectiva deste usuário, que afirmou usar os aplicativos para conversar e conhecer pessoas, o Grindr ampliaria a “mentalidade do sexo sem compromisso” e “não seria seguro transar tanto”. Além de endossar o fechamento das saunas em São Francisco no início dos anos 1980<sup>102</sup>, ele argumentou que os homossexuais “têm usado as mídias

---

<sup>102</sup> Crises de saúde associadas diretamente à população homossexual, seja por via midiática ou institucional, contribuíram para reforçar o estigma de espaços onde é normalizada a prática de sexo entre homens. No início da crise da aids, em 1984, por exemplo, saunas foram fechadas em São Francisco, nos Estados Unidos, como uma medida governamental para tentar coibir o avanço da contaminação do vírus HIV. De forma análoga a essa iniciativa, em 2022, a prefeitura de Madri, na Espanha, determinou o fechamento desses estabelecimentos sob a justificativa de evitar o aumento de casos de varíola dos macacos (Melo, 2022). Ambas as iniciativas mencionadas são passíveis de questionamento acerca de sua real efetividade

digitais para impor uma sauna digital, tão insegura quanto as originais, e por toda a cidade”, aproximando, dessa forma, a sauna desse lugar de decadência moral e risco iminente à saúde do corpo social atrelado à heteronorma.

### 5.3 RECONFIGURAÇÃO DO CIRCUITO DE LAZER HOMOSSEXUAL TRADICIONAL

A integração ao circuito de lazer homossexual híbrido tendeu a ser similar para a maior parte dos informantes, especialmente entre aqueles de classe média, mas também expôs desigualdades de acesso a experiências presenciais e digitais àqueles mais vulneráveis social e economicamente. Tiago, por exemplo, difere dos demais informantes por ter tido um acesso tardio às TICs e por ter se privado de se integrar a um circuito de lazer homossexual presencial. O informante só veio a ter acesso a plataformas digitais voltadas para encontros quando adquiriu um smartphone, aos 18 anos, com o primeiro salário que ganhou como soldado do Exército. Até então, a dependência financeira e emocional em relação aos seus pais havia motivado uma reclusão praticamente integral em relação a experiências homossexuais, especialmente presenciais, que demandavam custos com os quais ele não podia arcar e ofereciam o risco de uma exposição indesejada. O acesso às mídias digitais, portanto, representou para Tiago a inserção a uma gama de possibilidades de sociabilidades homossexuais até então inéditas para o informante.

De forma semelhante a José em relação às saunas, Tiago atribuiu parcialmente ao “medo” o fato de nunca ter frequentado estabelecimentos voltados para homossexuais mesmo após adquirir condições financeiras para tal. O “medo” ao qual Tiago se referiu, no entanto, não se relacionava necessariamente a estigmas de promiscuidade ou infecções sexualmente transmissíveis, como no caso de José, mas à possibilidade específica de ser assediado ou de ele próprio interagir com alguém de maneira inapropriada em ambientes de conotação mais sexual, como saunas. Por essa razão, segundo contou, ele costumava se restringir a flertes discretos e a conversas nos aplicativos de encontro, onde conseguia performar mais desenvoltura. É relevante pontuar que, no caso de Tiago, o medo de ter a homossexualidade

---

para o enfrentamento das respectivas crises, além de se associarem diretamente com um certo “pânico sexual” (Rubin, 1998).

descoberta pelo seu pai foi um outro componente relevante no distanciamento que ele impôs em relação a esses estabelecimentos.

*Tenho vontade de conhecer [estabelecimentos voltados para homossexuais] pra ver como é o ambiente. Mas eu nunca fui. [...] Questão de não ter ninguém pra ir comigo, medo de ir. Porque eu sozinho é uma coisa, mas com uma pessoa que já sabe, eu vou mais confiante. [...] Eu não gosto muito de estar num canto e a pessoa ficar olhando, me encarando. Eu fico um pouco incomodado. O que leva à vontade de ir ou não ir é a questão do meu descontrole. Eu tenho um certo descontrole. No momento que eu vir uma pessoa nua na minha frente, eu penso que a pessoa quer alguma coisa comigo. Então só em olhar, eu já fico excitado. A pessoa vai ver, vai deduzir que eu quero, mas eu posso não estar querendo aquela pessoa. E vai ficar insistindo. É a questão de eu dar um não, e a pessoa não aceitar... é nessa parte, nessa questão. (Entrevista de Tiago, 03/03/2020).*

Os relatos dos informantes ainda sinalizaram diferentes formas como as mídias digitais impactaram as opções de lazer presenciais, que, ao invés de se tornarem obsoletas, adquiriram novos sentidos e funções a partir do hibridismo que reconfigurou o circuito de lazer homossexual tradicional. Um desses novos redesenhos é a formulação de uma “base” digital de interesse mútuo entre os usuários. Isto é, mesmo que as plataformas não proporcionem diretamente um encontro efetivo entre determinados usuários a partir dos roteiros culturais voltados para sexo performados no âmbito das plataformas, por exemplo, elas consistem em uma forma prévia de conhecimento entre esses usuários, que podem se adicionar em suas respectivas redes, interagir pontualmente ou apenas tomar conhecimento da existência daquele outro usuário para, em uma eventual oportunidade, se encontrarem de forma não planejada e interagirem em decorrência desse laço.

Gabriel, por exemplo, relatou que o Carnaval é uma oportunidade sazonal de encontrar, em circunstâncias propícias, contatos que mantém ou conheceu nas redes sociais, o que contribui para que haja uma espécie de contexto para que ele ou o seu interlocutor adquiram coragem o suficiente para flertar de forma presencial entre si:

*Carnaval tá aí pra isso, né? “Eita, conversamos no Grindr, então vamos aproveitar, meu amor, que tá aqui”. Rola total. É porque a base a gente já criou, né? Não precisa mais de nada. Se tá ali e tô aqui e tiver a fim de beijar, então vamos. Aconteceu muito no Carnaval, mais pelo Grindr. Tinha um menino que eu nem lembrava, que na verdade eu não reconheci ele. Ele falou comigo e eu: “Eu acho que não te conheço”. Aí ele: “Conhece sim, fulano”. Aí ele disse que era do Grindr. Aí quando ele falou Grindr, voltou [a memória]. Aí eu fiz: “Meu Deus, inclusive, né, depois de todos os bolos<sup>103</sup>...”. Aí ele: “Vamos compensar aqui os bolos”. Aí eu fiquei com ele lá. (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020)*

Uma forma de impacto ainda mais direto das plataformas digitais sobre espaços de lazer presenciais é a possibilidade de mapeamento dos frequentadores desses estabelecimentos pelos aplicativos de encontro, que se tornam vetores de interações presenciais mais direcionadas. Idas a boates, “cinemões” e saunas, por exemplo, são modificadas na medida em que os usuários buscam otimizar as prospecções presenciais ao utilizar plataformas com tecnologia de geolocalização para sinalizar aos demais usuários que eles estão naquele ambiente naquele momento. Dessa forma, o indivíduo pode estabelecer uma comunicação mais direta com outros frequentadores de um determinado estabelecimento, antevendo, por exemplo, se há compatibilidade de interesses e preferências sexuais antes de uma interação presencial efetiva.

Os pontos de “pegação” entre homens<sup>104</sup>, cujos registros históricos na cidade do Recife remetem ao menos à década de 1960, com as chamadas práticas de “pescaria” às margens do Rio Capibaribe (Souza Neto, 2009;

---

<sup>103</sup> Expressão popular referente a marcar um encontro ou compromisso e não comparecer, geralmente sem aviso. Similar a “dar um cano em alguém” ou “furar com alguém”.

<sup>104</sup> É relevante pontuar que há pontos de “pegação” tanto para homossexuais quanto heterossexuais, embora os primeiros tendam a ser maiores alvos de estigmas e ataques do que os segundos. No depoimento de Mateus, por exemplo, foi relatado que há perímetros delimitados para esses diferentes públicos na “pegação” noturna da praia de Boa Viagem. Apesar da tendência de haver mais pontos de “pegação” homossexuais do que heterossexuais, devido às restrições sociais tacitamente impostas à população LGBT, como os tabus em torno da expressão pública da homoafetividade e a não aceitação geral de relacionamentos entre pessoas do mesmo sexo, espaços de “pegação” heterossexuais não são incomuns no Recife. Para muitos indivíduos, esses elementos implicam um processo de repressão do desejo homossexual e na consequente manifestação “secreta” desse desejo em espaços como os pontos de “pegação” ao longo da cidade, sejam banheiros públicos, parques, cinemas ou trechos litorâneos. No caso dos informantes, a busca por adrenalina ou a remediação da impossibilidade de poder vivenciar os desejos em ambientes privados são fatores que tendem a impulsionar essa prática.

Rodrigues, 2016), também foram impactados pelas dinâmicas associadas às plataformas digitais. Pedro, por exemplo, já utilizou aplicativos como o Grindr para marcar encontros em pontos de “pegação”, de modo a evitar se expor de forma gratuita e a ter alguma garantia de que o risco que estaria correndo traria efetivamente o resultado por ele almejado. Lucas, por sua vez, não chegou a marcar encontros em locais de “pegação” via plataformas digitais, mas utilizou estas para confirmar com outros usuários se determinados espaços ainda continuavam sendo pontos de “pegação” ou para descobrir novos lugares que estariam sendo utilizados para este fim, uma vez que a transitoriedade tende a ser uma marca desses espaços.

De modo geral, os informantes elaboraram acerca dos modos como a ética do desejo empreendedora molda um circuito de lazer híbrido para homossexuais no Recife, que combina espaços e práticas on-line e offline. Embora as mídias digitais seja fundamentais para as sociabilidades homossexuais contemporâneas, elas não existem em um vácuo digital, mas está entrelaçada a locais presenciais historicamente associados à comunidade LGBT, que, por sua vez, têm suas dinâmicas impactadas de forma importante em decorrência dessas mídias. Essa interconexão forma um circuito híbrido que engloba plataformas virtuais, como aplicativos de encontro, ao lado de espaços físicos, como bares, boates e pontos de pegação. No capítulo em questão, buscamos ainda traçar o desenvolvimento histórico desses espaços presenciais desde os primeiros pontos de encontro até o surgimento de bares e boates homossexuais mais estabelecidos, assim como o impacto da pandemia da aids sobre as suas percepções e usos.

Os informantes enfatizaram que, apesar de oferecer conveniência e uma sensação de segurança, as plataformas digitais não substituíram totalmente os espaços presenciais. Em vez disso, os aplicativos de encontro, especialmente o Grindr, foram incorporados a esse cenário pré-existente, influenciando a dinâmica e os significados associados a esses espaços. Os informantes apresentaram uma perspectiva diferenciada sobre como o circuito de lazer híbrido supracitado funciona. Eles destacaram que, embora as gerações mais jovens muitas vezes priorizem a eficiência dos aplicativos de encontro para encontros casuais, elas também reconhecem o valor das interações offline.

Esses indivíduos navegam estrategicamente em ambas as esferas, podendo usar as plataformas digitais para mapear contatos e estabelecer interações antes de encontros presenciais de fato. Essa abordagem combinada reflete a fluidez entre as experiências on-line e offline no circuito de lazer híbrido contemporâneo que é impactado frontalmente pela ética do desejo empreendedora.

## **6 EMPREENDEDORISMO SEXUAL, AMOR E FELICIDADE SOB UMA CULTURA PORNIFICADA**

Nesta parte da pesquisa, discutimos como a incorporação de elementos e ideais associados à pornografia gay contribui para fomentar uma ética do desejo empreendedora. Buscamos analisar como a lógica empreendedora aplicada à prospecção sexual em aplicativos de encontro e outras mídias tende a potencializar um processo de pornificação de si. Nesse sentido, levamos em consideração as idealizações sexuais associadas a masculinidades modelares e o papel central das referências pornográficas no que diz respeito aos usos das plataformas, à busca de parceiros, a formas de autoapresentação e aos desejos propriamente ditos. Investigamos ainda a produção e a circulação de conteúdo erótico próprio como uma forma de busca por reconhecimento desejante e integração ao mercado de desejo homoerótico masculino. Em um segundo momento, abordamos as percepções dos informantes acerca do amor e da felicidade, de modo a relacionar esses registros ao binarismo sucesso/fracasso no âmbito de uma ética do desejo empreendedora.

### **6.1 A INFLUÊNCIA DA PORNOGRAFIA NO REGIME ESCÓPICO DE AÇÃO**

As formas como a pornografia vem impactando as relações, imaginários e sociabilidades homossexuais em escala industrial, ao menos desde os anos 1960, tiveram uma guinada importante com o desenvolvimento das mídias digitais e os circuitos de lazer híbridos que se formaram no seu entorno, como apontam estudos de Miskolci (2017a; 2015), Mowlabocus (2010; 2015) e Morelli e Pereira (2018). Com o advento dos aplicativos de encontro, em especial, essas associações ampliaram consideravelmente, tornando-se cada vez mais naturalizadas e arraigadas na formação das subjetividades desejantes de homossexuais. Em relação à prospecção de parceiros on-line, diferentes autores assinalam a primazia das imagens em detrimento da textualização proeminente característica da fase inicial da Internet, sendo a pornografia possivelmente o principal referencial imagético e performativo que contribuiu para a demarcação do imperativo das imagens no âmbito do capitalismo escópico ao qual Illouz (2019) faz referência.

A pornografia é um dos elementos mais representativos do que Illouz (2019) classifica como “regime escópico de ação”, que se desenvolve no início do século XX, inicialmente com o cinema e a publicidade estadunidenses. Illouz (2019) parte do princípio de que as indústrias visuais mobilizaram desde as suas origens imagens de corpos sexuais atraentes para acionar o desejo do espectador/consumidor. Essa cultura visual, no termo mobilizado por Januário (2016) no âmbito nos imaginários de masculinidade na publicidade, teria contribuído progressivamente para alçar a sexualidade de um lugar de “interioridade” e “intimidade” a um status de performance visual, passível de ser consumida em larga escala mediante itens de consumo, histórias e imagens. Para Illouz (2019), a sexualidade passou a ser consumida através de uma gama de imagens de corpos sexualmente atraentes exibidos em múltiplos itens de consumo, borrando as fronteiras entre o “sexual” e o “consumidor”. Nesse sentido, a esfera visual do consumidor adquiriu força cultural e econômica expressiva ao longo do século XX, transformando a identidade sexual em uma performance visual mediada por itens de consumo, e a liberdade sexual em uma prática cultural marcada por um conjunto de signos visuais, códigos e estilos.

Na visão de Illouz (2014, p. 37), a sexualidade consiste em uma ferramenta altamente eficaz para socializar os indivíduos na cultura consumista a partir da exigência de uma quantidade sem precedentes de práticas de consumo. A pornografia seria uma das quatro indústrias que teriam contribuído para tornar a sexualidade uma instância de consumo importante entre a segunda metade do século XX e o início do século XXI. Outros segmentos comerciais associados aos objetivos de obtenção de prazer sexual e/ou de se manter sexualmente atraente se somam à pornografia, tais quais: a indústria de serviços terapêutico-farmacológicos (terapia, sexologia e fármacos); acessórios voltados para a otimização da performance sexual; e o complexo industrial publicitário e cinematográfico, que define as diretrizes para questões como o comportamento, a atração e as interações de cunho sexual (Illouz, 2019, p. 68). A esses elementos, Illouz (2014, p. 37) acrescenta a indústria de cuidados com o corpo e os circuitos de lazer híbridos, voltados, respectivamente, para a ampliação de capital sexual e a busca de parceiros.

Illouz (2019) argumenta que a sexualidade e a cultura consumista se transformaram gradualmente em práticas contínuas e interligadas através de objetos culturais que passaram a desempenhar um papel importante na indução de estados de ânimo sexual, mas também em processos de autoestilização baseados nesses objetos de consumo e nos ideais por eles propagados. A sexualidade, portanto, teria se tornado um “projeto consumidor, visando alcançar o eu mais profundo e os projetos de vida através de uma variedade de práticas consumidoras”, em um contexto em que a sexualidade não teria se tornado o inconsciente da vida consumista, mas o inverso: a cultura consumista teria se tornado a força inconsciente e estruturante da sexualidade (Illouz, 2019, p. 70, tradução livre).

Illouz (2019) pontua que a ideia de que a sexualidade seria uma mercadoria a ser consumida com o propósito de obtenção de bem-estar e prazer atravessa todas as indústrias mencionadas acima. No caso da pornografia, a autora argumenta que a excitação sexual se tornou ela própria uma mercadoria, uma vez que o consumo dessas mercadorias visuais seria mobilizado fundamentalmente com fins de proporcionar autoprazer para os seus espectadores. No entanto, é interessante pensar ainda que, para além da busca pela excitação sexual em si, a pornografia também atua como um parâmetro representacional dos indivíduos alinhados à ética do desejo empreendedora, no sentido de os produtos dessa indústria terem se estabelecido gradualmente como um horizonte comportamental e imagético cuja incorporação por parte dos indivíduos poderia desencadear um certo nível de reconhecimento social de ordem desejante, especialmente de viés sexual, ao dispô-los, por exemplo, em uma posição mais privilegiada no mercado homoerótico masculino.

Nesse sentido, Illouz (2019, p. 81) aponta que a identidade sexual contemporânea estaria inscrita na estetização da experiência cotidiana por meio de objetos de consumo que dispõem o corpo como mercadoria visual e estética. Isso seria reiterado a partir de uma crescente pornificação da cultura, fenômeno que a autora resume como a “maintreamização” da pornografia na cultura (Illouz, 2014, p. 33). O “agente sexual visual”, como a autora define o portador da identidade referida, se relacionaria com os outros enquanto

“superfícies visuais”, ciente também de que ele próprio seria objeto da avaliação visual dos outros. Os parâmetros estéticos, visuais e comportamentais associados à pornografia, entre corpos modelares, performances desvolutas e relações de poder atreladas a representações de classe, raça e gênero, portanto, está na base dos critérios de avaliação visual dos indivíduos, seja de seus interlocutores ou de si próprios.

Baseada nas ponderações supracitadas, Illouz (2019, p. 163, tradução livre) defende a existência de um “regime sexual no qual a tecnologia, a visualidade (um fluxo de imagens pornográficas acessadas pela Internet) e a rápida rotatividade de parceiros anônimos” transformam o corpo na fonte primária de agência, uma vez que os indivíduos estariam ativamente desconectados de componentes subjetivos importantes, como o desejo, o self e a emoção. Para a autora, o desenvolvimento de um intenso regime escópico de consumo sexual refletiria uma forma viciante de autoafirmação e hipersubjetividade<sup>105</sup>. Nesse sentido, a “autoafirmação viciante” dos indivíduos corresponderia a uma experiência repetida de “não escolha”, ou “escolha negativa”, com apoios institucionais tecnológicos, visuais ou humanos. As emoções, por sua vez, não teriam âncoras institucionais externas capazes de as organizar em um plano de ação devido para os sujeitos desejan-tes, o que produziria um cenário marcado primordialmente por uma incerteza ontológica:

Uma sexualidade de consumo baseada em tecnologia é, portanto, agora um domínio de ação altamente institucionalizado [...], criando formas fragmentadas de individualidade. O eu sexual, o eu tecnológico e o eu consumidor estão alinhados em uma única matriz poderosa, relativamente dissociada do eu emocional. A individualidade no centro desses processos é ao mesmo tempo objetivada e objetificadora. (Illouz, 2019, p. 173, tradução livre)

É interessante pensar que a pornografia, da forma estratégica como se insere no regime escópico de ação, tende a desempenhar um papel central na ideia de incerteza ontológica com a qual Illouz (2019) caracteriza o capitalismo escópico. A incorporação de referências da pornografia nas práticas de

---

<sup>105</sup> Marcada pela incerteza ontológica, a hipersubjetividade é descrita por Illouz (2019, p. 169) como produto da combinação entre as formas de ação sexual e econômica. O hipersujeito, que compreendemos como o agente comum da ética do desejo empreendedora, seria definido pela atividade de ter necessidades e desejos, assim como por práticas que têm por fim satisfazer essas mesmas necessidades e desejos.

sociabilidade e nas suas subjetividades desejantes em geral dos indivíduos reflete a alta aderência destes a processos de objetificação, especificamente a comodificação e a pornificação de si, que implicam, conjuntamente, em um devir de si e do próprio corpo enquanto mercadorias sexualizadas. Engajados nesses processos, os sujeitos desejantes buscam agregar o máximo de valor possível ao seu eu-mercadoria, de modo a ocuparem lugares cada vez mais privilegiados no mercado homoerótico masculino e, fundamentalmente, adquirirão reconhecimento social de ordem desejante, com o objetivo de atribuir sentido à sua existência e buscar efeitos de uma ilusória certeza ontológica. Illouz (2019) ratifica essa lógica ao classificar como praticamente impossível separar a objetificação do reconhecimento, já que grande parte do valor dos indivíduos passou a ser definido pelo seu capital e competência sexuais.

Em consonância com Illouz (2019), Miskolci (2017a) argumenta que o reconhecimento social de ordem desejante buscado em grande medida nas plataformas de socialização on-line tende a se confundir com os processos de sexualização através dos quais os indivíduos se convertem em mercadorias sexuais, a um nível ao mesmo tempo simbólico, econômico e material. Ao serem submetidos a essa objetificação, os sujeitos, portanto, passam a ter seu valor mensurado em seu apelo sexual, segundo padrões e modelos propagados pelas mídias voltadas a um público homossexual, especialmente a pornografia, cujos padrões e ideais se refletem nas plataformas de sociabilidade on-line.

A ideia de uma pornificação da cultura vem sendo pontuada ao menos desde os anos 1990 por pesquisadores como McNair (1996), Attwood (2006) e Mulholland (2013), o que sugere que este fenômeno já vinha se manifestando via outras mídias antes das transformações tecnológicas engendradas pela comercialização da Internet, em 1995. Nesse sentido, Mulholland (2013, p. 5) entende a pornificação da cultura como uma tendência observada ao longo das últimas décadas na qual uma estética pornográfica caracteriza cada vez mais o sexo mainstream a partir de um conjunto de estilos, cenários e convenções através do qual o pornográfico atravessa a cultura da mídia. Dessa forma, uma de suas manifestações mais presentes seria o aumento do acesso e da

disponibilidade da pornografia nas mídias digitais, bem como a normalização dos estilos pornográficos em todas as formas de mídia e as performances pornográficas da sexualidade.

Como argumentado por Garlick (2011, p. 222), “as representações sexuais sempre estiveram intimamente ligadas aos desenvolvimentos tecnológicos – principalmente a prensa tipográfica, a fotografia, o filme e o vídeo – e o avanço das tecnologias digitais e da Internet permitiu uma vasta expansão da pornografia on-line, além de uma maior facilidade de acesso”. Foi no contexto da Revolução Sexual, no entanto, que a indústria pornográfica vislumbrou um crescimento massivo de consumidores em potencial – especialmente no nicho homossexual, até então sub-representado na mídia em geral ou restrito a representações caricatas, vilanescas e trágicas. Para Miskolci (2017a), o florescimento da pornografia gay em suas versões impressa e fílmica representou o primeiro meio através do qual foram popularizadas imagens em que homossexuais eram vistos como bonitos, desejáveis e algumas de suas práticas sexuais dignas de visualização.

Há registros de filmes pornográficos homossexuais ao menos desde os anos 1920, na França e nos Estados Unidos. As restrições de produção e circulação impostas a esses filmes, além de punições previstas a produtores, divulgadores e consumidores, no entanto, impediu o desenvolvimento dessa indústria de modo mais amplo. O Código Hays<sup>106</sup> teve influência relevante no âmbito das restrições de ordem moral na indústria cinematográfica estadunidense entre os anos 1930 e 1960. No contexto da Revolução Sexual, que coincidiu com uma série de inovações tecnológicas, como as câmeras de 16 mm e Super-8, a indústria pornográfica homossexual audiovisual teve condições de se desenvolver de modo mais sistemático. Um marco seria *The boys in the sand*, de Wakefield Poole, de 1971, considerado o primeiro filme do gênero com créditos. A indústria ganharia tração ao longo dos anos 1970 e

---

<sup>106</sup> O Código Hays foi um conjunto de diretrizes de censura para filmes de Hollywood em resposta a preocupações públicas com a moralidade e a influência dos filmes. O Código foi amplamente aplicado na indústria cinematográfica até a década de 1960, quando começou a ser desafiado devido às mudanças sociais e culturais da época, sendo substituído, em 1968, pelo sistema de classificação de filmes atual. Disponível em: <https://ufrb.edu.br/bibliotecacacult/noticias/376-nao-pode-nos-filmes-codigo-hays-censura-autoimposta>. Acesso em: 29/12/2023.

creceria vertiginosamente nas décadas seguintes, se mantendo dinâmica e incorporando tendências, desejos e novas tecnologias. Até a popularização da Internet, por exemplo, os videocassetes, nos anos 1980 e 1990, e os CD-ROMs e DVDs, nos anos 2000, consistiram em veículos fundamentais para a renovação da indústria.

A despeito das contribuições da pornografia homossexual em termos de visibilidade e representações mais diversas em relação à homossexualidade, como pontua Mowlabocus (2015), Miskolci (2017a) pondera que houve uma forte disseminação de modelos corporais e formas de se relacionar intimamente que não abrangiam todas as corporalidades e desejos. Na visão do autor, houve um certo efeito colateral de dirigir a recém-adquirida visibilidade do desejo homossexual no contexto da Revolução Sexual em “direção a corporalidades aceitáveis, sobretudo as que expressam uma linearidade entre sexo e gênero masculinos, sublinhando a masculinidade ao nível da hipérbole”.

Miskolci (2017a) avalia que, historicamente, houve um deslocamento da identificação reflexiva com personagens viris que permitiam serem reconhecidos como tendo desejos por outros homens, ou da identificação potencialmente deslocadora com protagonistas mulheres – ou até transgressora nas personagens outsiders – para uma identificação conformadora a uma linearidade de sexo e gênero nas representações mainstream de homossexuais, fossem pornográficas ou não. Esse processo teria se consolidado com o advento da Internet comercial, nos anos 1990, por meio de onde a pornografia foi produzida, distribuída e consumida de uma maneira sem precedentes. Sites de imagens e streaming de vídeos, redes sociais, salas de bate-papo e plataformas de compartilhamento de arquivos foram alguns dos meios mais poderosos de veiculação de conteúdo pornográfico, profissional ou amador, desde a popularização da Internet.

O consumo massivo da produção pornográfica profissional aos poucos passou a dividir espaço com produções amadoras e semiprofissionais. Muitas dessas produções eram desenvolvidas e publicadas pelos próprios usuários das mídias nas quais elas eram exibidas, fossem sites de streaming de pornografia, como o Xvideos, ou redes sociais, estabelecendo uma tendência

que guiaria grande parte da indústria nos anos posteriores. Como Miskolci (2017a) contextualiza, a disseminação de artefatos tecnológicos como scanners, câmeras digitais, webcams e smartphones impulsionaram a possibilidade de se produzir, exibir e distribuir imagens de si mesmo. Os indivíduos passaram de “expectadores de filmes e leitores de revistas a protagonistas de suas próprias vidas e desejos”, chegando “à era da audiência segmentada, em que as relações midiáticas levam a associar a gramática do reconhecimento à da celebridade” (Miskolci, 2017a).

Em artigo no qual define aplicativos como o Grindr como tecnologias de gênero, para além de comunicacionais, Miskolci (2017b) argumenta:

O giro da câmera para si mesmo pode ser usado como marco para sintetizar a quebra da hegemonia das mídias de massa, que consolidou a disseminação da Internet comercial iniciada em meados da década de 1990. Se na mídia de massa, marcada predominantemente pela comunicação vertical do *broadcasting*, os espectadores eram incitados a se identificarem com ídolos do cinema e da televisão, na em rede – moldada pela horizontalidade dos contatos e pelo que Manuel Castells define como a autocomunicação de massa – os usuários passaram a viver como protagonistas de suas próprias vidas. (Miskolci, 2017b)

Para além do corriqueiro compartilhamento privado de imagens e vídeos eróticos e/ou pornográficos próprios nos aplicativos de encontro e redes sociais, tornou-se comum a criação de perfis voltados exclusivamente para a divulgação de materiais autorais desse segmento. Essa mudança de perspectiva diluiu as fronteiras entre os ditos usuários comuns, que trocavam imagens e vídeos no âmbito privado, e os produtores de conteúdo, que, ao menos em um primeiro momento, tendiam a se restringir a garotos de programa e atores pornô profissionais. Usuários comuns, portanto, passaram a ser produtores de conteúdo com perfis abertos ao público – algumas vezes mantendo o anonimato, outras vezes cultivando para si mesmos uma persona de estrela pornô ou mesmo uma carreira no segmento, especialmente após a popularização de plataformas de conteúdo adulto pagas. Nesse sentido, perfis no Twitter (atual X) são mais recorrentes para fins de divulgação desses materiais devido à elasticidade em relação à moderação de conteúdo da plataforma. Não raro, os perfis do X consistem em cartões de visita que

conduzem a plataformas de conteúdo pagas daquele determinado perfil, como Privacy, Onlyfans e Onnowplay, o que se trata de uma estratégia de monetização mais direta desses criadores.

É interessante pensar em algumas implicações trazidas por essa tendência. Uma delas é econômica, uma vez que esse trabalho pode gerar retorno financeiro efetivo para os envolvidos, seja através da venda de “pacotes” de conteúdo, de assinaturas das plataformas pagas, de convites para sexo pago ou mesmo de parcerias com produtoras de filmes profissionais. Outra delas, a mais frequente, corresponde mais diretamente à aquisição de reconhecimento social de ordem desejante de viés sexual. Nesse caso, os perfis de cunho erótico/pornográfico são comumente utilizados para: 1) enaltecer os próprios atributos sexuais e facilitar a prospecção de parceiros nas mídias digitais; 2) elevar a autoestima frente ao retorno dos espectadores em potencial; 3) e obter efeitos de reconhecimento associados à incorporação das características glamourizadas de uma estrela pornô.

Os usuários comuns, portanto, passaram a ter condições de alçar a si mesmos ao status de “celebridades sexuais”, com possibilidades de obtenção de recursos financeiros, reconhecimento desejante de seus pares e um melhor posicionamento no mercado homoerótico masculino. Adensada pelo repertório cultural escópico impulsionado pelas mídias digitais, a correlação entre a gramática do reconhecimento e a da celebridade fortalece o culto a corpos modelares, o ideal de um desempenho sexual maquínico e o desejo de passabilidade heterossexual. Esses elementos contribuem para fortalecer uma hierarquia simbólica que, no âmbito de um mercado homoerótico masculino, supervaloriza os corpos identificados com esse padrão e relega à abjeção aqueles que se afastam da heteronorma. É interessante observar que, nas dinâmicas relacionadas ao consumo e à produção de pornografia atuais, se manifesta uma intersecção de ordem prática entre os capitalismo de plataforma e escópico, que se fortalecem mutuamente a partir de uma agência associada intimamente a uma ética do desejo empreendedora.

## 6.2 EMPREENDEDORISMO SEXUAL E PORNIFICAÇÃO DE SI

A aproximação cada vez mais marcada entre a sexualidade e a cultura de consumo reforça a ideia de que vivemos em uma cultura pornificada,

atravessada pela intensificação de processos coletivos e individuais de pornificação de si, ou seja, da comodificação do corpo sexualizado (Illouz, 2012, p. 54) em um contexto de “mainstreamização” da pornografia na cultura (Illouz, 2014, p. 33). No âmbito das sociabilidades homossexuais, a construção de perfis em aplicativos de encontro voltados para “pegação” reflete a aderência dos indivíduos a processos de pornificação de si como estratégias de inserção no mercado homoerótico masculino. Na perspectiva de Morelli e Pereira (2018, p. 187), por exemplo, uma das manifestações possíveis do fenômeno em questão se manifestaria nas escolhas imagéticas e textuais dos perfis dos usuários de aplicativos de encontro, que costumam lançar mão do referencial imagético e comportamental da pornografia para se integrar a um enquadramento privilegiado que designa quais corpos importam e são vistos como mais desejáveis nas mídias digitais.

A pornografia se tratou de uma questão central nos relatos dos informantes em relação às suas formações como sujeitos homossexuais. No âmbito de suas trajetórias tecnossociais, por exemplo, ela motivou alguns dos primeiros usos da Internet e o acesso inicial à gramática homoerótica em termos de corporalidade, performatividade, sexualidade e desejo. Em um primeiro momento, o acesso a conteúdos eróticos e/ou pornográficos tendeu a ocorrer a partir de registros analógicos, como fitas VHS e revistas impressas. Em geral pertencentes a amigos ou familiares, esses materiais costumavam ser acessados de maneira fortuita e discreta por parte dos informantes, que associavam a possibilidade de serem descobertos a possíveis punições. Entre o fim dos anos 1990 e o início dos anos 2000, CD-ROMs e DVDs, muitos dos quais adquiridos em bancas de revista, representaram uma nova etapa de consumo de pornografia, concomitantemente ao acesso às mídias digitais, que, entre outros fins, passaram a cumprir esse papel<sup>107</sup>.

Em um dado momento das trajetórias tecnossociais dos informantes, o acesso privado à Internet representou o fortalecimento da incorporação

---

<sup>107</sup> É pertinente observar que, até os informantes acessarem à Internet de forma relativamente privada, eles costumavam se limitar a conteúdos pornográfico e/ou heterossexuais. Isso ocorria tanto em decorrência de um acesso mais restrito a conteúdos homossexuais à época, uma vez que amigos e familiares tendiam a possuir apenas conteúdos heterossexuais, quanto pelo medo da possibilidade de serem descobertos por pessoas estranhas e conhecidas caso viessem a adquirir algum material homoerótico.

sistemática da pornografia à vida cotidiana, passando a constituir um componente central em relação à formação de suas subjetividades enquanto sujeitos de desejo homossexuais. É interessante pontuar que esse acesso representou a possibilidade de um contato continuado com materiais pornográficos homossexuais, que costumavam ter uma circulação mais restrita em comparação a materiais heterossexuais do mesmo segmento. A depender das condições socioeconômicas do informante, esse acesso se materializou inicialmente em computadores de mesa próprios, de parentes ou em lan houses, tendo se fortalecido na medida em que equipamentos portáteis eram popularizados, como notebooks, smartphones e tablets, que possibilitaram uma privacidade mais significativa.

Como descrito no [capítulo 3](#), que explora a interseção entre o acesso à Internet e a busca por parceiros sexuais e/ou afetivos, a pornografia foi acessada inicialmente a partir de mecanismos de busca como o Google, que mapeavam sites eróticos e/ou pornográficos que incluíam contos eróticos, imagens estáticas e materiais audiovisuais. No início dos anos 2000, outras plataformas passaram a ser mais recorrentes para o compartilhamento desses conteúdos, como salas de bate-papo, softwares de mensagem instantânea, ferramentas P2P e redes sociais, como Orkut e Twitter (atual X). Com o advento dos smartphones, a popularização de sites de streaming de vídeos e o uso intensificado de aplicativos de encontro, na virada dos anos 2000 para os anos 2010, os referenciais moldados pelo consumo de pornografia passaram a ser ainda mais fortemente incorporados às dinâmicas de sociabilidade homossexuais – desde as descrições e imagens de si dispostas nos perfis dos aplicativos até as estratégias de interação empreendidas nessas plataformas. É possível aventar que esse contexto contribuiu de maneira direta para uma ampliação em larga escala do processo de pornificação de si, atendendo às exigências tácitas das regras inerentes ao mercado homoerótico masculino.

Para Miskolci (2017b), as opções de descrição dos aplicativos de encontro refletem o borramento da fronteira entre a vida sexual e a pornografia. Como apontado pelo autor (Miskolci, 2017a), o preenchimento do perfil do Grindr, por exemplo, oferece categorias de descrições textuais prévias, como “porte físico” e “minhas tribos”, cujas opções disponíveis remetem à

categorização de corpos, grupos étnicos e práticas sexuais recorrentes na pornografia homossexual. Em “porte físico”, por exemplo, é possível enquadrar-se em adjetivos comumente associados à busca por determinados corpos na pornografia, como “magro”, “grande”, “musculoso” e “parrudo”. O mesmo ocorre na categoria “minhas tribos”, cujas opções são análogas a categorias pornográficas propriamente ditas, como “*daddy/papai*” (homens mais velhos), “*twink*” (homens jovens e em geral sem pelos), “urso” (homens peludos e gordos), “couro” (fetiches em vestimentas de couro) e “atlético” (perfil esportivo e/ou “heterossexual”). No contexto da plataforma, até categorias supostamente “neutras”, como “etnia”, adquirem uma perspectiva sexualizada a partir de associações com categorias pornográficas que fetichizam determinados grupos étnicos, como “asiático”, “negro”, “latino” e “árabe”.

Em consonância com Miskolci (2017a), Mowlabocus (2015, p. 74) entende a descrição do eu em palavras e imagens em plataformas como o Grindr como a inscrição de um discurso através do qual o corpo homossexual se torna visível e disponível para consumo através de lentes pornográficas. O enquadramento dos indivíduos às categorizações supracitadas e a outras possibilidades de autodescrições, sejam imagéticas ou textuais, se alinha à busca por reconhecimento social de ordem desejante. Conforme sublinhou Mowlabocus (Idem), a conformação às convenções do discurso pornográfico nas plataformas ocorre no sentido de que os indivíduos “se encaixem” nas expectativas e desejos de seus interlocutores, tornando-se passíveis de serem encontrados através dos filtros das plataformas e de serem lidos enquanto objetos de desejo dos outros usuários.

A cibercarnalidade está no coração do perfil do usuário e o texto e as imagens usadas por muitos deles para construir seus eus on-line são emprestados da pornografia. Em muitas imagens geradas por usuários, a pose, *mis-em-scene*, vestimenta e um realismo autoconsciente significado através dos detalhes no fundo das fotos são reminiscências das convenções vistas na pornografia gay. Estruturas pornográficas governam os modos de autorrepresentação no perfil do usuário e exibir o corpo [...] se apoia em uma linguagem específica de exposição. Mesmo quando as referências a textos pornográficos específicos não são visivelmente evocadas, os corpos são sempre entendidos através de lentes pornográficas; o corpo – seja representado textual ou visualmente – é sempre enquadrado na promessa de uma investigação erótica

e de um prazer sexual: satisfação carnal. Os corpos podem estar vestidos e suas poses podem não parecer pornográficas, mas as estruturas de representação [...] (os métodos pelos quais olhamos e vemos) mantêm um nível de identificação com o cibercarnal. [...] Os perfis oferecem meios de conhecer (um jeito de olhar) o Outro, e é esse conhecimento que incide no que é moldado pelo cibercarnal e nele investido. Se ambos os usuários conversam, é através de seus perfis. Se eles se encontram offline para um café ou para fazer sexo, seu encontro ainda é moldado pelos seus perfis – isso é porque experienciam um ao outro inicialmente como objetos que serão olhados, investigados, escolhidos e consumidos. (Mowlabocus, 2015, p. 75)

Para além da expressão da influência manifesta da pornografia nas descrições, imagens e interações mobilizadas no âmbito dos aplicativos de encontro, o que se tratou de uma unanimidade entre os perfis dos informantes convocados via Grindr, interessa-nos pensar na pornificação de si como um processo mais amplo do que o seu reflexo materializado nas mídias digitais. Por essa razão, ao invés de proceder com análises dos perfis em si, o que foi empreendido com resultados interessantes em pesquisas como as de Fragoso (2017) e Cardoso *et al.* (2019), buscamos traçar uma reflexão acerca de aspectos da pornificação de si que extrapolam os registros no âmbito dos aplicativos. Isto é, aqueles aspectos que se manifestaram nos relatos dos informantes a partir de questões referentes aos múltiplos efeitos que a pornografia pode exercer na percepção que eles constroem de si mesmos enquanto agentes de uma ética do desejo empreendedora.

O aspecto mais evocado pelos informantes a esse respeito foi o espelhamento da pornografia no âmbito da performance sexual. Em outras palavras, foi recorrente a associação entre o consumo de pornografia e a possibilidade de aprimoramento contínuo do desempenho sexual a partir de um certo “estudo” pessoal desses materiais e da consequente tentativa de incorporação de determinados modos de agir sexualmente. A pornografia, portanto, passaria a cumprir uma função “pedagógica”, que envolve uma idealização das práticas sexuais vistas nas telas e dos corpos que as protagonizam. Nesse sentido, trata-se de uma espécie de jogo erótico-performático que ilustra a centralidade desses conteúdos em termos de referenciais imagéticos e comportamentais homossexuais.

Tiago, por exemplo, acessou conteúdos pornográficos homossexuais pela primeira vez apenas após adquirir um smartphone, aos 18 anos. Concomitantemente a isso, ele passou a usar plataformas de encontro como o Badoo para conhecer outros homens, uma vez que, até então, só havia se relacionado sexual e afetivamente com mulheres. A curiosidade do informante em relação às possibilidades oferecidas pelo dispositivo recém-adquirido, portanto, era acionada por dois fatores principais: interagir com outros homossexuais de forma mais “segura”, no caso das plataformas de encontro, e “aprender” sobre formas de se relacionar sexualmente com outros homens, especialmente através de sites de streaming de vídeos pornográficos, como relatou: *“Quando eu comecei a usar o smartphone, eu entrava em sites, via muito Xvídeos, olhava. Questão de aprender, ver, aprimorar, ver as posições, como é que se faz, como é se bota, como é que a pessoa gosta. Procurava mais isso”* (Entrevista de Tiago, 03/03/2020).

Em um clichê da pornografia homossexual, a performance virilizada do indivíduo que penetra e a expressão ambígua de dor e prazer daquele que é penetrado evoca uma relação de dominação entre os envolvidos que, de certa maneira, naturaliza e/ou idealiza condutas sexuais consideradas violentas<sup>108</sup>. É interessante observar como Tiago, ao menos em um primeiro momento do consumo de pornografia, assimilou essas características como sendo “ideais” no que dizem respeito a práticas sexuais entre homens. De acordo com o informante, a pornografia o instruiu a compreender como positiva a situação de “ver o gay aguentar”, uma vez que a expressão de dor e prazer do parceiro penetrado por ele significaria uma evidência de prazer sexual “legítimo”, segundo as diretrizes da pornografia: *“Ele ‘levando no rabo’, vendo ele sofrer, vamos dizer assim, né? Eu achava isso o máximo. E eu queria não só ver e aprender, mas fazer também. Não era fazer a pessoa sofrer, era ela sentir a penetração que eu estava fazendo nela. [...] Porque eu quero fazer o que eu vejo eles [os atores] fazerem. Tipo, se ele tá ‘socando’, eu vou lá e quero fazer*

---

<sup>108</sup> Pesquisas sobre os efeitos de condutas sexuais violentas no âmbito da pornografia heterossexual problematizam a relação entre o consumo de pornografia e a perpetração de agressão sexual contra mulheres, o que reforçaria a socialização de valores que endossam a desigualdade de gênero, como argumentam D’Abreu (2013) e Almeida *et al.* (2022).

*a mesma coisa, a mesma pegada que ele tem.*” (Entrevista de Tiago, 03/03/2020).

É interessante pensar que Tiago lançou mão da pornografia como estratégia de aprimoramento sexual, uma vez que ele havia sido privado de conteúdos homoeróticos até obter o próprio smartphone com um plano de dados móveis que possibilitasse um acesso mais continuado. Seu empenho vai na direção de se aprimorar como um empreendedor sexual de modo ampliar o seu escopo de atributos sexuais tendo em vista aqueles a quem ele tem interesse em se relacionar. Dessa forma, a reprodução da performance pornográfica remete a uma estratégia de distinção no mercado de desejo que ele passou a integrar, com o objetivo de se inserir em um enquadramento mais privilegiado no âmbito desse mercado e, portanto, empreender de forma mais efetiva.

Daniel também associa o consumo de pornografia ao “aprendizado” voltado para a otimização da performance sexual: *“Eu aprendi muito com pornô. Mas assim, acho que mais com a vivência. Ficava testando muita coisa de filme pornô na vivência. Influencia, influencia [no ato sexual]. [...] É também uma fonte de inspiração”* (Entrevista de Daniel, 29/08/2019). Ao mesmo tempo em que endossa uma perspectiva pedagógica da pornografia, Daniel critica a sua idealização no âmbito da cultura homossexual em relação à construção de determinados estereótipos e à elevação de cobranças e expectativas por parte dos indivíduos: *“Eu não acredito que uma pessoa se constrói só pelo que ela vê de pornografia. Porque, de repente, você vê um negócio, vai fazer no mundo e aí não é tão bacana como você imagina”* (Idem). Com esta fala, Daniel se refere, em parte, à frustração de expectativas em relação a si mesmo e aos parceiros dentro dos critérios estabelecidos pela pornografia, seja a respeito da performance sexual em si ou dos corpos envolvidos no ato sexual, já que ambos os elementos são tensionados pela disparidade que há entre a pornografia enquanto fantasia e a realidade concreta dos atos sexuais.

Lucas partilha da perspectiva de Daniel acerca de uma frustração generalizada causada pelos referenciais da pornografia não corresponderem à realidade cotidiana: *“Eu entendo que pornografia é uma fantasia, e talvez muita gente ainda não conseguiu entender que nem todo cara vai saber trepar*

*fazendo acrobacias e vai ser gostoso e às vezes o sexo vai ser um lixo e beleza também” (Entrevista de Lucas, 10/02/2020). Para o informante, a pornografia contribuiu para moldar uma geração que crê que os parâmetros corporais e de performance sexual associados a ela seriam alcançáveis. Dessa forma, nutre-se a ideia, por exemplo, de que um encontro casual aleatório seria uma experiência pornográfica em potencial: “Aí quando não é, acha que o problema tá no boy, e não naquilo que ele aprendeu que era o ‘certo’. Entendi desde cedo que pornografia era ficção. A maioria das pessoas não vai trepar gemendo e dando piruetas” (Idem).*

Nessa mesma toada, Pedro relatou que é comum interlocutores do Grindr e outras plataformas se divulgarem em seus perfis públicos e conversas privadas de modo “pornográfico”, mas, no encontro presencial, não atenderem às expectativas estabelecidas nos aplicativos – às vezes por questão de timidez, outras vezes por terem mentido nas plataformas sobre a própria performance sexual ou a respeito de atributos corporais:

*Só que tem pessoas que eu fico que, por exemplo, no virtual é um ator pornô, parece que vai fazer o diabo a quatro com você. E aí quando você chega pra ficar ao vivo com a pessoa, não é nada daquilo. E eu tava naquela expectativa, porque justamente eu tô “viçando”, querendo fazer os meus fetiches que eu vejo nos pornôs e etc., tenho muita vontade, quero fazer, quero fazer a linha e a pessoa chega e não faz. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

No geral, os comentários dos informantes acerca dos papéis desempenhados pela pornografia são positivos, a despeito de alguns lançarem uma perspectiva notadamente mais crítica em relação a determinados efeitos não desejáveis, como vício e modulação de um “gosto” muitas vezes irreal em relação a parceiros. Pedro, por exemplo, reconhece que a pornografia influencia em muitos desses aspectos, positivos e negativos, mas, no geral, faz parte de uma relação saudável e positiva em relação à sexualidade e inclusive com os seus parceiros, com quem, idealmente, compartilharia fantasias sexuais ligadas à pornografia. José, por exemplo, relatou que a pornografia o ensinou que o sexo não deve ter “pudor”, o que ele associa a uma postura sexual mais livre e espontânea, voltada para a busca do prazer dos envolvidos no ato sexual: “Eu acho que a pornografia é justamente isso. O sexo é tão

*escancarado ali, que a galera faz o que quer, da forma que quer. Pelo menos no meu ponto de vista, eu acho que sexo não tem que ter pudor. Então, talvez, se for pra transar com alguém, que seja sem pudor, que é exatamente o que eu vejo ali [na pornografia] quando eu tô sozinho. É isso”* (Entrevista de José, 14/02/2020).

Os relatos dos informantes dialogam frontalmente com os relatos apresentados no estudo de Mowlabocus *et al.* (2013), nos quais os autores concluíram, a partir de entrevistas sobre consumo de pornografia entre homossexuais ingleses, nos anos 2010, que os informantes mobilizavam a pornografia de maneiras variadas, mas especialmente a partir uma dimensão educativa, com o intuito de obterem instrução e experiências de práticas sexuais. Uma outra maneira mencionada pelos autores foi o estreitamento de laços entre os parceiros, conforme pontuou Pedro acima, a respeito de considerar importante a pornografia enquanto experiência compartilhada em casal. Em diálogo com os achados de Mowlabocus *et al.* (2013), uma perspectiva crítica da pornografia foi apenas uma das dimensões observadas nos relatos dos nossos informantes. No geral, eles classificaram o componente pedagógico da pornografia como positivo e fundamental para o desenvolvimento de uma vida sexual com maior aderência às prescrições do mercado homoerótico masculino, a despeito das possíveis consequências de seu consumo em relação a problemas de imagem corporal e à reprodução de posturas sexuais violentas.

Na perspectiva de Illouz (2019), em comentário crítico que podemos relacionar à dimensão pedagógica discutida, o que leva os informantes a buscar a pornografia como um referencial educativo para aprender a se relacionar sexualmente e impressionar os parceiros é a busca por competência sexual. Esta seria uma forma relativamente recente de competência social, que teria sido formalizada e codificada por sexólogos, aconselhamento terapêutico, imagens pornográficas e “ativistas do prazer sexual”. Para a autora, a busca por competência sexual leva os indivíduos a agir como se estivessem ensaiando um filme pornográfico, no qual “todos os participantes demonstram fluência sexual atrelados a um roteiro (provavelmente aprendidos com a ampla disponibilidade de pornografia) e com uma mise-en-scène escópica em que

outros realizam uma fantasia sexual culturalmente roteirizada e um clichê pornográfico” (Illouz, 2019, p. 89).

Para além do desempenho sexual em si, no entanto, a pornografia exerce um papel pedagógico no que diz respeito à construção do “gosto” dos informantes consultados, isto é, em relação à ideia que eles têm de um parceiro “ideal”. A noção de “gosto” que mobilizamos remete à perspectiva de Pierre Bourdieu (1983; 2011) que o compreende como uma preferência construída social e culturalmente, portanto não inerente aos indivíduos. Na descrição clássica de Bourdieu (1983, p. 83), o “gosto” seria a “propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras”. Considerando ainda que Bourdieu (Idem) entende o “gosto” como “a fórmula generativa que está no princípio do estilo de vida”, nos referimos ao longo desta pesquisa, de certa maneira, a uma ideia de estilo de vida expressado nas mídias digitais que tem no empreendedorismo sexual e no homoerotismo, em especial a pornografia, os seus fundamentos constituintes e subjetivantes.

Pensando na centralidade do “gosto” na formulação de um estilo de vida associado diretamente à ética do desejo empreendedora, a pornografia constitui um componente relevante na produção dos critérios de desejabilidade dos informantes. Mais do que vivências de práticas de sociabilidades em espaços voltados para homossexuais presenciais ou mídias digitais, é a pornografia, depois da mídia e da publicidade, quem primeiro desenha para os homossexuais o regime de visibilidade (Miskolci, 2017a) ao qual eles estão atrelados, a partir justamente da visibilidade destinada a determinados corpos e práticas sexuais nos enquadramentos privilegiados promovidos por essas instâncias.

Nos relatos dos informantes, foi recorrente a ideia de que parceiros em potencial que evocam determinados arquétipos físicos e comportamentais relacionados à pornografia mainstream são vistos como mais desejáveis do que aqueles que não são passíveis dessa associação imediata. No âmbito das mídias digitais, por exemplo, Tiago mencionou que se atrai por usuários parrudos, um arquétipo que evoca um tipo físico e comportamental viril que consta entre as opções de autodescrição do Grindr e as categorias de

pornografia gay: *“Mas se fosse pra ter um padrão, era mais... pessoas mais fortes que eu, né? Pessoas mais parrudas. Porque nos vídeos eu vejo tanto, que me atraí”* (Entrevista de Tiago, 03/03/2020). Alexandre, por sua vez, afirmou que não se restringe a arquétipos associados à pornografia, mas que a evocação a referências pornográficas consiste em um diferencial importante na hora de selecionar um parceiro: *“É aquela coisa, né? Se aparecer, melhor. Entendeu? Tipo, ‘aquele cara parece com aquele cara que eu vi no Xvídeos e tal’. Tem influência e desperta a lembrança, sim, tipo ‘Por que não um cara assim, pra curtir, pra transar?’”* (Entrevista de Alexandre, 14/02/2020).

João foi um dos informantes que hesitou ao responder sobre o peso da pornografia na modulação de seu “gosto” pessoal por outros homens. Após algum silêncio, o informante se situou em um local de pouco privilégio no mercado de desejo homoerótico masculino, o que, segundo ele, limitaria as suas opções quanto a conhecer parceiros sexuais ou afetivos que se enquadrem em um padrão de beleza que o atrai. Nesse sentido, existe uma disparidade entre o “gosto” construído junto ao consumo de pornografia e a possibilidade de se relacionar efetivamente com pessoas que se enquadrem nesse “gosto”. Por essa razão, ele relatou que costuma flexibilizar os seus critérios de desejabilidade na busca por parceiros on-line, de modo a evitar frustração em decorrência de rejeição.

*Não... quer dizer, assim, peraí... na pornografia eu gosto de ver os padrões. Entendeu? Corpos exuberantes, coisas maravilhosas, não sei o quê, etc. Mas na vida real eu sei que eu não tenho acesso franqueado a isso, facilmente. Então não sei qual é a chave que eu viro, no meio do caminho, mas que muda, muda. Eu não vou atrás daqueles padrões que eu vejo ali, na pornografia, entendeu? Eu fantasio na pornografia o que não consigo na vida real. É como se fosse isso. A pornografia me ajudou a criar um objeto de desejo, esse padrão que tu falou. Uma coisa utópica. Mas é um desejo real, um tesão que existe. Mas quando eu vou transferir pra vida real, não. Porque eu viro a chave e eu quero outra coisa. Lógico que eu adoraria. Adoraria. Sei lá, quem eu vou dizer de Recife? Uma criatura assim... Ah, sei lá, mas também as bichas bonitas daqui foram tudo embora. Tá difícil, Recife tá foda. Sei lá.* (Entrevista de João, 13/02/2020).

José avalia o impacto da pornografia como negativo quanto ao papel dominante que ela exerce na formação das subjetividades homossexuais, especificamente na construção do “gosto” em relação a parceiros sexuais e amorosos e da ideia do ato sexual em si. O informante utiliza como exemplo ocasiões em que marcou encontros presenciais com usuários de plataformas e a aparência de seus interlocutores não correspondiam ao apresentado nas interações on-line. Isso fazia com que ele deixasse de se sentir atraído por aquele parceiro, ainda que viesse a se envolver sexualmente com ele – ora pelo receio de causar constrangimento ao rejeitá-lo, ora para não perder uma “oportunidade” sexual, em uma perspectiva empreendedora que privilegia o acúmulo de experiências sexuais a despeito de serem positivas ou negativas. Nessas circunstâncias, ele mobilizava mentalmente arquétipos da pornografia e os projetava no indivíduo com quem estava se relacionando sexualmente, durante o ato, de modo a conseguir sentir atração sexual.

*“Eu acho que [a pornografia] às vezes prejudica. Já aconteceu de eu transar com alguém e, esteticamente, a pessoa não ser interessante, e eu mentalizar um vídeo que eu assisti pra poder ter tesão na pessoa. Eu acho que é mais interessante você construir com a pessoa. Construir a ideia do sexo com a pessoa. Eu acho que consumir muita pornografia faz você construir uma ideia de corpo, uma ideia de sexo, e quando você encontra, não é aquela pessoa. É outra, né? Então vai ser outra forma, vai ser uma outra pegada, vai ser um outro corpo, vai ser um outro gosto.”* (Entrevista de José, 14/02/2020).

Tanto José quanto Pedro relataram que descobriram os tipos físicos pelos quais sentiam maior atração a partir do consumo de determinados nichos da pornografia, especificamente os *daddies* (papais) e os *bears* (ursos) – escritos aqui em inglês para ressaltar a familiaridade que os informantes demonstraram ter com esses termos, devido ao acesso a plataformas e conteúdos de pornografia estrangeiros. Ambos apontaram que buscam alinhar esse “gosto” nos âmbitos do consumo da pornografia e da busca por parceiros on-line. Tomar consciência desse “gosto” construído junto à pornografia, portanto, contribuiu para que eles desenvolvessem clareza acerca daqueles a quem buscavam majoritariamente nas plataformas – onde essas categorias oriundas da pornografia constituem uma linguagem inteligível para os demais

usuários, sendo inclusive previstas, como já dito anteriormente, entre as opções de preenchimento dos perfis disponíveis em aplicativos de encontro voltados para “pegação” como o Grindr.

*Eu gosto de homens mais velhos, então, se eu for assistir vídeo, é geralmente nesse sentido. [...] Se eu tô no aplicativo, meio que meu filtro é esse. Eu acho que a pornografia me ajuda muito nesse sentido, de “oxe, seria massa um boy daquele que eu vi no vídeo”. (Entrevista de José, 14/02/2020).*

*Foi no bate-papo UOL que eu percebi que eu gostava de gordos. Porque alguém postava fotos dos machos, aí eu “ah, legal, legal, legal”, aí alguém postou uma foto de gordo, de urso, aí eu parei, aquilo realmente me chamou a atenção e eu falei “cara, manda mais, manda mais, manda mais”, e ele começou a mandar. Aí eu falei: “é isso, é esse o meu rolê”. [...] Eu só presto atenção nos gordos. Porque eu só curto gordo. Mas nem sempre os gordos têm interesse em mim, porque os gordos adoram ficar com os outros ursos. Eu fico com uma mágoa com isso. Mas não sei, não sei. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020).*

Os relatos de José e Pedro nos levam a pensar que a pornografia pode ser um vetor de ampliação de seu perímetro desejante, da flexibilização de seus critérios de desejabilidade. Ao mesmo tempo em que consolida padrões de corpos e desempenho sexual irreais desde os anos 1970, a partir do enquadramento privilegiado do homossexual branco e viril da produção mainstream estadunidense, a pornografia vem abrindo cada vez mais espaço para outros nichos de consumo, atendendo à demanda do alto fluxo de produção e circulação de conteúdos pornográficos nas mídias digitais. Ao endereçar maior visibilidade a corpos e vivências sexuais que desviam desse padrão, a pornografia abre brechas para uma certa subversão do “gosto” hegemônico, o que, sob a lógica da indústria, nada mais é do que uma maneira de ampliar os lucros a partir da captação de novos públicos. Os informantes, no geral, vivem a contradição de terem a sua formação desejante altamente influenciada por corpos e performances sexuais inalcançáveis, ao passo em que também atribuem à pornografia a possibilidade de ampliação de seu desejo.

Mateus, por exemplo, relatou que a pornografia mainstream passou a exercer gradualmente menos influência no seu desejo em relação aos primeiros anos em que a consumiu. Para o informante, acessar outros tipos de pornografia foi determinante não apenas para a ampliação de seu desejo, mas para elevar a sua autoestima e conseguir parceiros “reais”. No entanto, apesar de tentar impor certa resistência, a base fundacional de seu desejo, por assim dizer, permanece influenciada por corpos considerados padrões.

*É como eu falei, o início da minha descoberta sexual foi muito de ver pornografia, então assim, na minha cabeça existia muito um padrão dos atores pornôs que eu consumia. Principalmente na época, até porque o padrão era muito mais fácil de acessar, porque estava muito mais fácil, muito mais disponível. Então acho que ficava muito mais gravado na minha mente aquela história, desses determinados padrões que tavam ali no pornô. Depois, quando eu comecei a ver outros tipos de pornografia, e a ter uma segurança sexual maior, aí acho que isso começou a se diluir um pouco mais. Mas acho que ainda assim isso existe, tipo, ‘poxa, tem tal ator pornô que eu acho uma delícia’. Então no momento que você estiver na rua e tiver um boy que lembre aquele ator pornô por qualquer tipo de traço, ou no aplicativo, aí acaba criando muito mais a questão do desejo, de você querer e tal, e estar relacionando a imagem que você tem de outra pessoa do que realmente é aquela pessoa. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020).*

Os relatos dos informantes apontaram ainda para o impacto da transição da pornografia profissional para a pornografia amadora, o que vem sendo progressivamente reforçado desde meados dos anos 2000, quando uma gama de dispositivos tecnológicos de imagem, como scanners, câmeras digitais e smartphones, se tornaram mais acessíveis. Os aplicativos de encontro voltados para “pegação” podem ser lidos como um ponto de inflexão nesse sentido, uma vez que estimularam massivamente e tornaram corriqueira a produção de conteúdo erótico e pornográfico próprio, de modo a ampliar consideravelmente as chances efetivas de prospectar parceiros sexuais nas mídias digitais. Nesse processo, o “gosto” dos informantes por arquétipos oriundos da pornografia também foi impactado. Marcos e Gabriel, por exemplo, relataram que buscam consumir pornografia amadora por considerarem mais “atraente” e próxima da

realidade de aplicativos como o Grindr. Marcos ressaltou que, mais do que vídeos protagonizados por profissionais, tem preferência por vídeos compartilhados por seus próprios interlocutores.

*Não, porque o sexo é entre quatro paredes, é algo íntimo. Ele não é divulgável, entendeu? Eu não vejo filme pornô porque é mecânico. Eu sinto que eu tô no filme sendo gravado, um filme pornô clichê. Por isso que eu não assisto filme pornô, porque quando eu vejo a pessoa gemendo, eu vejo que é falso. Eu só vejo filme caseiro, amador, feito por mim ou por alguém que eu conheço, que eu saiba que realmente tá fazendo sexo, e não fazendo vídeo. Porque tem gente que tá gravando que parece que vira um ator pornô, aí começa a gemer, a criar uma falsa expectativa. Eu gosto do natural. O sexo, ele é natural de pessoa pra pessoa, entendeu? Porque assim, eu posso ter uma química com você, e vai sair um sexo ali. Aí pode ser mais selvagem, mais safado, mais carinhoso. (Entrevista de Marcos, 17/02/2020)*

*Eu gosto muito de [pornografia] amadora, justamente por isso. Esses de famosos não muito. Porque não parecem real. Não parecem um sexo que aconteceria na realidade, entendesse? Parece um negócio plástico. [Entrevistador intervém: “Mas tu procura no Grindr o que tu procura, sei lá, no Xvideos? Um tipo de sexo parecido?”] Sim, sim. Eu acho que todo mundo, sabe? Porque, justamente, você vai pro Grindr porque tá com tesão e você vai pro Xvideos porque tá com tesão. E no Grindr você imagina a mesma coisa porque o tesão é um só. Então, assim, você imagina a mesma coisa. (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020)*

À época das entrevistas, ao menos dois dos informantes, Marcos e Tiago, mantinham um perfil no Twitter (atual X) voltado exclusivamente para conteúdo erótico e pornográfico próprio. Como levantado no [capítulo 4](#), essa prática se relaciona a uma série de propósitos, tais quais: facilitar a prospecção de parceiros ao compartilhar um “portfólio” relativamente organizado de atributos físicos e sexuais; obter efeitos de reconhecimento social de ordem desejante por parte dos pares e otimizar colocação no mercado homoerótico masculino; e a busca de um lugar de destaque dentro de uma rede de usuários amadores e profissionais que produzem e/ou consomem pornografia própria. No caso de Marcos, por exemplo, a sua finalidade é utilizar o X como um

“portfólio” sexual, no qual ele apresenta os seus atributos físicos e exemplos de sua performance sexual objetivamente, o que facilitaria o processo de prospecção de parceiros sexuais.

De certa forma, publicar vídeos próprios e se divulgar enquanto uma personalidade pornográfica, como no caso dos empreendimentos de Marcos e Tiago em seus perfis no Twitter (atual X), funciona como uma estratégia de prospecção de parceiros sexuais na medida em que se trata de uma espécie de convite ao interlocutor para participar de uma espécie de experiência pornográfica. Entre os atrativos desse convite, estaria a possibilidade de imersão na atmosfera idílica e hedonista da pornografia, mas também uma transação de reconhecimento social de ordem desejante entre os envolvidos. Mais do que consumir a pornografia enquanto mero espectador, portanto, seria possível vivenciá-la ou até produzi-la junto a alguém que já goza de algum capital sexual no universo de perfis da plataforma que compõem a “pornosfera” (Palazón, 2019).

Illouz (2019) dialoga com esse movimento dos informantes de não apenas produzir conteúdo pornográfico próprio e restringi-lo à esfera privada, mas também de apresentá-los na esfera pública, em perfis abertos de redes sociais. Para Illouz (2019), trata-se de sujeitos modernos típicos, que vivenciam um intenso regime escópico de consumo sexual como uma forma viciante de autoafirmação e hipersubjetividade. Illouz (2019) reflete que esta “autoafirmação viciante” seria uma experiência repetida de não escolha, amparada por uma suportes institucionais tecnológicos, visuais e humanos. As emoções, por outro lado, teriam pouca ou nenhuma âncora institucional externa que organizasse um “plano de ação” para esses indivíduos. Nas palavras da autora, “uma sexualidade de consumo baseada em tecnologia é, portanto, agora um domínio de ação altamente institucionalizado, [...] criando formas fragmentadas de individualidade. O eu sexual, o eu tecnológico e o eu consumidor estão alinhados em uma única matriz poderosa, relativamente dissociada do eu emocional. A individualidade no centro desses processos é ao mesmo tempo objetivada e objetivante” (Illouz, 2019, p. 173, tradução nossa).

É interessante observar que os processos de pornificação de si nos quais os sujeitos se engajam se associam diretamente à busca por uma

posição mais privilegiada no mercado homoerótico masculino, o que pode ser conquistado especialmente mediante a ampliação do capital sexual. Atingir uma posição privilegiada nesse mercado, por sua vez, tende a se converter em um grau mais elevado de reconhecimento social de ordem desejante para os indivíduos, na medida em que eles são recompensados com os resultados almejados, provenientes de seus esforços e dedicação, tais quais: a atenção de outros usuários que ocupam posições privilegiadas no mercado homoerótico masculino, a obtenção de encontros sexuais de maneira facilitada, um nível de correspondência e/ou interesse mais expressivo por parte de seus interlocutores de modo geral e um alto índice de procura por parte de outros usuários das plataformas nas quais se trafega.

Na visão dos informantes, essas seriam algumas das características que fomentariam o cenário ideal para a obtenção de sucesso nas suas realizações enquanto agentes de uma ética do desejo empreendedora. No entanto, esse cenário não corresponde na prática à realidade relatada por eles. Um sentimento de frustração proeminente atravessa os relatos de praticamente todos os informantes nesse quesito, apesar da exaltação aos alegados resultados positivos de suas prospecções sexuais nas mídias digitais. De modo geral, os relatos parecem atestar a escassez frente à busca incessante na qual eles se engajam, como se a mobilidade efetiva no mercado homoerótico masculino fosse fundamentalmente truncada e os resultados almejados por eles, distantes, a despeito de esforços consideráveis para conquistá-los. Mais do que um mercado de abundância, portanto, os informantes parecem se localizar em um mercado de escassez movido pela promessa contínua de superação dessa mesma escassez, o que seria possível a partir da aderência às ofertas e oportunidades aparentemente infinitas que compõem o mercado homoerótico masculino, mas que se revelam recorrentemente insuficientes.

### **6.3 AMOR E FELICIDADE NO CAPITALISMO ESCÓPICO**

Sob um regime escópico de ação, no qual a sexualidade ocupa um espaço privilegiado, como circula a percepção sobre o amor entre os agentes de uma ética do desejo empreendedora? E de quais formas a ideia de felicidade se relaciona às esferas da sexualidade e do amor na visão dos informantes? Essas são algumas das questões que conduzem a parte final

desta pesquisa, que busca investigar as percepções dos informantes acerca do amor e da felicidade e as maneiras como os seus empreendimentos sexuais e amorosos nas mídias digitais costumam operar a partir do binarismo sucesso/fracasso, sob uma lógica empreendedora que valoriza o sucesso compulsório.

No âmbito das entrevistas, houve uma notória distinção nas respostas dos informantes sobre o sexo e o amor. Se as perguntas sobre questões sexuais costumavam ser respondidas com assertividade, segurança e objetividade, as questões relacionadas ao amor tendiam a ser tratadas de forma reticente e incômoda, expondo vulnerabilidades e inseguranças que não eram tão evidentes no primeiro tópico. Enquanto o terreno do sexo era evocado como um elemento ambivalente, com efeitos de abundância, mas, no fim das contas, escasso, o terreno do amor parecia ser escasso desde a sua constituição. Essa distinção dialoga com a ideia de relações negativas ou não-amor (“*unloving*”), como Illouz (2019, p. 20) se refere às relações marcadas por vínculos sociais frágeis. A diferença entre os campos mencionados é de que o sexo teria roteiros culturais mais demarcados e previsíveis, enquanto a ideia de amor sofreria uma crise “referencial”.

Essa constatação nos levou a ponderar que, para além da ideia de uma suposta plenitude afetivo-sexual, o que mobilizaria os informantes enquanto agentes ativos de uma ética do desejo empreendedora seria a promessa contínua, imputada inclusive pelas próprias plataformas digitais, de superar a escassez em ambos os terrenos mencionados – sendo a seara do sexo consideravelmente mais manejável do que a do amor, ainda que ambas sejam de difícil navegação, se levarmos em consideração os componentes de negatividade e positividade, nos termos da teoria crítica, atribuídos às relações situadas em ambas as instâncias (Illouz, 2019). A aderência às diretrizes da ética referida, portanto, seria estimulada menos pela ideia de atingir um suposto estado de plenitude afetivo-sexual e mais pelo ímpeto contínuo de não fracassar, de superar o cenário de escassez sexual e afetiva e de obter efeitos de sucesso em seu empreendimento afetivo-sexual.

Mais do que a conquista de um objetivo sempre vindouro, pois inatingível, como seria um estado de plenitude afetivo-sexual, os informantes

pareceram atribuir os seus esforços no âmbito de uma ética do desejo empreendedora a tentativas contínuas de obtenção de efeitos de reconhecimento social de ordem desejante. O acúmulo de experiências sexuais, a aderência a intervenções físicas e estéticas, a otimização do desempenho sexual, a pornificação de si e outras práticas voltadas para a ampliação do capital sexual e a obtenção de um melhor posicionamento no mercado homoerótico masculino estão alinhados, dessa forma, à busca dos indivíduos por reconhecimento social no tempo presente, de forma contínua, imediata e irremediavelmente insuficiente.

Relacionamos essa perspectiva à ideia de felicidade na medida em que este estado humano relacionado ao prazer, ao bem-estar e a uma vida “plena” vem sendo mobilizado como “fim fantasia” do capitalismo empreendedor moderno desde os seus primórdios – a exemplo do uso do termo na Declaração da Independência dos Estados Unidos, em 1776, em que foi tido como direito e propósito humanos fundamentais. Em última instância, a obtenção de reconhecimento social pode ser lida como um meio de obtenção de felicidade, especialmente no sentido proposto por Illouz e Cabanas (2022), que partem do pressuposto de que vivemos em uma “happycracia”, ou seja, uma espécie de regime social onde a felicidade constituiria o grande sentido da vida humana e seríamos estimulados a buscá-la de todas as formas possíveis. Nesse sentido, a felicidade estaria relacionada a “estratégias coercitivas, decisões políticas, estilos de gestão, padrões de consumo, obsessões individuais e hierarquias sociais” (Illouz e Cabanas, 2022, p. 26).

A noção de felicidade de Illouz e Cabanas (2022) dialoga frontalmente com a ética do desejo empreendedora na medida em que o termo, no âmbito de uma “happycracia”, não corresponderia a um estágio especial ou final da vida, mas a um continuum, “um processo em curso e sem fim de aprimoramento em que os indivíduos devem sempre buscar níveis mais altos de felicidade, independentemente de como se sintam” (Illouz e Cabanas, 2022, p. 178). A partir do pressuposto de que as pessoas sempre podem melhorar, os autores argumentam que a busca da felicidade, ou, adaptado ao contexto desta pesquisa, de uma posição privilegiada no mercado homoerótico

masculino, mobilizam os indivíduos a se engajar em um processo permanente de criação de si:

[O processo de criação de si] se baseia em uma narrativa ambivalente na qual a promessa de uma versão melhor de si combina com o pressuposto de uma incompletude fundamental do eu que põe os indivíduos numa posição em que algo sempre está em falta – mesmo que só porque a felicidade e o desenvolvimento pessoal completos sempre se revelam inalcançáveis, na medida em que são horizontes idealizados. Essa narrativa ambivalente permite que a felicidade se transforme no produto ideal para um mercado que associa intimamente a instabilidade da felicidade à constância do consumo. (Illouz e Cabanas, 2022, pp. 178-179)

Em consonância com Illouz e Cabanas (2022), os informantes associaram a felicidade a processos de auto-otimização contínua por meios psicológicos, em descrições que muitas vezes remetiam a discursos motivacionais. Ao serem questionados sobre as suas opiniões pessoais acerca da relação entre o amor e a felicidade, eles tenderam a mobilizar discursos com esse teor para negar a associação entre ambos os termos. Na aparente tentativa de atribuir menor importância ou mesmo de fugir ao tema, eles na verdade sugeriam que o amor poderia ser um componente mais relevante na constituição da sua ideia de felicidade do que eles próprios expressavam em um primeiro momento.

Daniel, por exemplo, ao mesmo tempo em que se disse entusiasmado com a possibilidade de obter encontros sexuais sequenciais de maneira facilitada via mídias digitais, expressou desconfiança acerca de relacionamentos amorosos, aos quais não se engajou desde que começou a utilizar os aplicativos de encontro de maneira assídua, por volta de 2013. Na sua visão, dispensar relacionamentos duradouros seria uma marca de “inteligência emocional” que os indivíduos teriam atingido enquanto sociedade:

*O ser humano atual não tem tanto a necessidade mais de relacionamento. Eu, inclusive, não acredito que o ser humano do passado não era mais evoluído do que a gente. Eu acho que o ser humano do passado tinha mais medo de ficar só, não constituir família. Até porque tinha uma pressão moral. A liberação sexual abriu espaço pra se relacionar de outras formas. Juntamente com isso, tem a facilidade de encontrar parceiros da maneira que você tá na sua casa.*

*Antigamente você tinha que sair pra um lugar e tal... agora você tem um smartphone. (Entrevista de Daniel, 01/03/2020).*

Já Mateus considera que as relações amorosas não trariam necessariamente a felicidade, mas promoveriam momentos alegres e contribuiriam para a satisfação pessoal de construir uma vida em parceria com uma outra pessoa, algo que ele almeja conquistar. Sob uma linha argumentativa motivacional, o informante associou a felicidade à autoaceitação e a “estar bem consigo mesmo” em diferentes searas da vida, não apenas a amorosa. É interessante perceber que ele descreve a felicidade enquanto um estado interno que não se relacionaria diretamente a questões materiais, como a vida financeira. Antes disso, esse estado seria primordialmente ligado a um bem-estar de ordem emocional e/ou espiritual que dependeria da iniciativa do próprio indivíduo.

*Eu acho que, a primeira coisa que vem na cabeça quando eu penso em felicidade, eu acho que é uma coisa de, primeiramente de aceitação, de você estar bem consigo mesmo, sabe? De uma forma geral. Não falo bem financeiramente, o que você tem, onde você mora, o que você faz com o trabalho e tal, sabe? Acho que assim, é você ter uma realização de quem você é, de que você gosta do que você faz e tal. Acho que com certeza esse encontro com você mesmo, a partir daí vai vir a sensação de felicidade. E aí vai vir tipo as outras coisas, conquistas pessoais, conquistas acadêmicas, de trabalho, seja lá o que for. E aí... relações com outras pessoas, e tal. Acho que realmente o foco é você consigo mesmo. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

Podemos relacionar a descrição de Mateus à perspectiva de Illouz e Cabanas (2022, p. 182) sobre a noção de “autogestão” amplamente vinculada aos discursos hegemônicos sobre a felicidade, com o qual os indivíduos saberiam “administrar seus pensamentos de forma racional e estratégica a fim de se motivar, persistir na conquista de metas mesmo diante de adversidade e agir para maximizar as chances de sucesso”. De maneira análoga a Mateus, Lucas descreve a felicidade como um estado “interno” que se exterioriza na medida em que o indivíduo a “exercita” e “se permite” vivenciá-la. Em consonância com a perspectiva de Mateus de que a felicidade seria um estado interno acionado por esforços individuais, Lucas relaciona a felicidade à ideia

de “escolha pessoal”, ressaltando que ela emanaria de uma série de atitudes conscientes do indivíduo em relação a si, e não de modo externo, como no caso de uma relação amorosa:

*Acho que [uma pessoa feliz] é uma pessoa realizada em todos os âmbitos que ela se propor a ocupar. O componente afetivo, como todos os outros, está no mesmo lugar de escolha. Se eu quero trabalhar com isso, se eu quero estar num relacionamento, que seja um relacionamento massa. Mas se eu não quero, tá bem. [...] Vou dar uma de bem coach agora, mas acho que a felicidade vem mais de... você mesmo. É um processo seu, pra fora. Eu preciso me colocar no mundo de uma maneira xis e perceber as coisas assim e pensar assim, pra eu ser feliz. Se vier uma pessoa somar comigo, vai ser tudo. E se não tiver, eu tô feliz mesmo, então ótimo. (Entrevista de Lucas, 10/02/2020).*

Ao mesmo tempo em que se esforça para desvincular o amor da ideia de felicidade, Lucas aponta que busca negar essa associação em decorrência de traumas vividos nas duas relações amorosas que teve até o momento da entrevista, as quais geraram um elevado grau de sofrimento durante o relacionamento ou após o seu rompimento. É interessante destacar que, no momento da pergunta sobre a associação entre o amor e a felicidade, parte dos informantes, como Lucas, se mostrou significativamente hesitante, com pausas longas entre as respostas e pedindo para repetir a pergunta duas ou três vezes, o que não ocorreu em outros momentos das entrevistas.

*Já busquei [relacionamentos amorosos], né? Todo mundo tem essa fase, ou passa a vida assim. Mas aí chega uma hora de ‘tá bom, né?’. Já tive essa fase. E eu acho que seria ótimo ter alguém junto, mas não é o fato de não ter que vai me deixar mais ou menos feliz. [Entrevistador pergunta se em algum momento ter uma relação foi determinante para a felicidade do informante]. Sim. Determinante não, mas eu... Sim. Foi um momento conturbado. É que eu só tive dois relacionamentos sérios, de muito tempo. Um eu achei que ia casar, tava tudo certo pra casar, e eu ia virar dona de casa... E no outro, eu tava meio que bloqueado desse primeiro, e aí eu tava sendo péssimo com a pessoa, porque eu não conseguia superar. E aí... acho que nenhum dos dois foi particularmente positivo. Porque o fim do primeiro foi meio traumático e a experiência do segundo foi marcada pelo fim do primeiro. E aí desde então –*

*acho que consegui processar tudo isso, pra conseguir ficar em paz com essas situações –, mas desde então eu não fui mais “lá”. (Entrevista de Lucas, 10/02/2020).*

Já Pedro dialoga diretamente com Illouz e Cabanas (2022) a respeito de a felicidade constituir uma busca contínua por novos elementos que possam promover mais felicidade, o que dificultaria o estabelecimento do amor entre potenciais parceiros. O informante avalia que, para além das esferas sexual e afetiva, a ética empreendedora se aplica a diferentes instâncias da vida, estimulando-o a ser produtivo em diversos âmbitos. No amor, assim como na vida sexual, não seria diferente. O informante pontua a demanda de empreender de maneira contínua e perpétua, que o incitaria a estar sempre em busca de algo “melhor”. Ao se situar enquanto um sujeito consumidor movido por necessidades ditas insaciáveis, Pedro sugere que a busca por tentar saciá-las seria o componente que contribuiria para manter o regime capitalista vigente operante e atualizado.

*Porque a gente involuntariamente tá procurando coisas que a gente não tem o tempo todo. Tá procurando dinheiro, tá procurando um emprego melhor, tá procurando um curso melhor, tá procurando um jogo melhor, um boy melhor, um lugar melhor pra viajar. Eu acho que a gente tá o tempo todo procurando coisa. E não necessariamente porque você quer, muitas vezes porque é o esperado de você, é o que a galera tem mais interesse. Se você acha que ter uma relação é uma coisa que vai lhe preencher, pode lhe preencher. Não tô dizendo que não vai lhe preencher. Eu... não vou dizer que eu não sinto falta. Às vezes eu sinto falta de dividir certos momentos com alguém. De eu querer fazer, tipo, os meus rolês exibicionistas com alguém que eu gosto, que eu tenho um rolê, que eu sei que vai ser mais fácil, mais simples, que eu vou me divertir muito mais do que ir atrás de um PA [“pau amigo”, parceiro sexual fixo sem envolvimento amoroso] ou de caçar alguém no Grindr pra ver se a pessoa vai estar disposta. [...] Mas não acho que [um relacionamento] seja fundamental. Eu acho que agrega valor. Agrega valor? Agrega valor, sim. Mas eu não acho que seja fundamental. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

Gabriel expressou um posicionamento mais flexível sobre as relações amorosas serem fundamentais para a constituição da felicidade: ao passo em

que ele afirmou que, caso constituísse uma relação saudável, o componente amoroso poderia ser uma peça importante para a sua felicidade pessoal, ele titubeou em relação à ideia de que não ter um relacionamento amoroso implicaria na impossibilidade de obter felicidade. De maneira análoga aos informantes anteriores, no entanto, ele ressaltou que se considera uma pessoa essencialmente “individual”, plenamente capaz de ser feliz sem um parceiro:

*Agora eu acho que se você não tiver, eu realmente não sei – eu já pensei sobre isso –, eu não sei se realmente é necessário pra você ser feliz. Por exemplo, eu consigo muito bem ser feliz sozinho. Eu, inclusive, sou uma pessoa muito individual, sabe? Eu gosto do meu espaço. Mesmo quando eu namorava, ele ia lá, passava duas semanas, eu fazia: ‘Olha, tá na hora de tu ir pra casa, porque eu gosto de ter meu espaço, eu gosto de estar sozinho, eu gosto de passar dias sem conversar com você, sem olhar pra sua cara’. Então, assim, eu não sei... mas ao mesmo tempo eu adorava estar com ele. Eu me sentia muito feliz. Então assim, eu não sei se, tipo, é uma parte fundamental no geral. Talvez pra mim não seja, talvez pra outras pessoas seja, entendeu? (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020)*

José e Alexandre, por sua vez, relacionaram diretamente a felicidade à circunstância de estarem em um relacionamento amoroso. Para José, por exemplo, a questão de construir uma parceria com uma outra pessoa proveria sentido à vida e a tornaria mais suportável, uma vez que a família nuclear, com quem seria “obrigado” a conviver desde o nascimento, poderia ser uma fonte de sofrimento e decepção. Na sua visão, um parceiro em potencial constituiria uma fonte genuína de reconhecimento social de ordem afetiva, já que ambos estariam juntos por escolha própria e não por “obrigação”:

*Eu acho que é isso do lance da parceria mesmo. Deve ser legal ter um parceiro pra fazer coisas do dia a dia, e pra poder contar os segredos da gente, compartilhar as coisas boas, as coisas ruins também. E a vida é isso. A vida é tantos altos e baixos. Uma hora a gente tá feliz, outra hora a gente tá triste. Às vezes a gente não sabe nem o motivo. Tem gente da família que magoa muito a gente, então eu acho que ter um parceiro ali do lado é legal, porque ele tá ali porque escolheu estar com a gente. Diferente da família, que a gente nasce ali e praticamente é obrigado a ficar ali. Tá entendendo o que eu tô querendo dizer?*

*Então eu acho que faz parte dessa coisa de ser feliz. É isso. É uma escolha, né? Ela não tá ali obrigada. Então justamente a pessoa tá ali pelo que ela te conheceu, pelo que ela vai somar na vida. Eu acho que é uma parte muito importante da felicidade. Eu acho que é muito importante. E amigos, né? Enfim.* (Entrevista de José, 14/02/2020)

No caso de Alexandre, a relação indissociável entre o amor e a felicidade parte do medo da solidão. O informante associa a essa questão experiências prévias de racismo e homofobia que remontam à infância. Nesse sentido, estar em um relacionamento amoroso seria uma forma de obter reconhecimento social de ordem afetiva com o objetivo de aplacar parte desses traumas e se sentir “valorizado” enquanto um sujeito digno de amor e afeto. Por essa razão, ele se pressiona constantemente para estar em um relacionamento, ainda que enfrente dificuldades para efetuar esse desejo. É interessante pontuar que um dos atributos positivos de uma relação amorosa relatados por Alexandre seria justamente a possibilidade de compartilhar a felicidade de ter uma relação “modelar” nas mídias digitais, como modo de reconhecimento público de seu status de “sujeito afetivo”.

*Eu me pressiono, porque eu tenho medo de ficar só. Porque eu acho que eu já fui muito sozinho. Eu me prendi muito a vida toda, em relação à sexualidade, esse lance de ser negro. [...] Eu também me sinto pressionado a ter um companheiro. De rede social nem tanto, mas eu acho que é mais da realidade, do rolê, de trazer alguém e apresentar. Eu sinto falta. De foto de Instagram eu acho legal. Aconteceu comigo quando eu tinha, mas eu não vou estar cobrando a pessoa pra isso. Acho que é natural. [Entrevistador intervém: “Tu acha que ter uma relação amorosa é uma parte fundamental da felicidade?”]. Não sei... Talvez não, dependendo da pessoa... É um conjunto, na verdade. [...] Relacionamento sério, né? Tá ali com a pessoa, confiante, né? Confiança, na verdade, que hoje em dia é muito difícil, né? A gente tá contigo hoje, mas não sei no que tu tá pensando. Ter uma relação assim faz parte de ser feliz, porque você tá com aquela pessoa que buscou tanto e ela lhe satisfaz em tudo. Então, é assim, faz parte da felicidade. Você não é obrigado a nada, né? Se eu não gosto de você, então eu vou fazer de tudo acabar com você, acabar o namoro, o relacionamento, não é? É por aí. Pra mim, ser feliz é namorar, ter um*

*relacionamento, casar, morar junto, dividir as coisas. Acho que desde sempre. É bom ter um companheiro, né?* (Entrevista de Alexandre, 14/02/2020)

Assim como Alexandre, João compreende a circunstância de ter um relacionamento amoroso como condição *sine qua non* para a obtenção de felicidade. No caso de João, no entanto, mais do que o medo da solidão, essa associação se deve ao medo do fracasso: *“Todas as relações que eu vi ao longo da vida foram fracassadas. E o exemplo começou em casa. Então eu acho que seria a superação de um trauma. [...] Embora, ao mesmo tempo, conscientemente, eu saiba que isso não é uma experiência pela qual eu vá passar”*. (Entrevista de João, 13/02/2020). É interessante observar que, ao passo em que associa o amor à felicidade, o informante expressa um posicionamento pessimista e fatalista acerca da suposta impossibilidade de se relacionar amorosamente, pontuando o receio de “fracassar”, mas resignando-se ao fracasso que associa a uma navegação malsucedida, ainda que persistente, no mercado de desejo homoerótico masculino via mídias digitais.

Para além de uma associação condicional entre o amor e a felicidade, Illouz (2012) aponta que há uma associação semelhante entre a identidade e o amor, de modo que os indivíduos modernos sentem dificuldade em não se reconhecerem enquanto sujeitos propriamente ditos sem a perspectiva do amor romântico – ainda que esta seja mais frequentemente frustrada do que bem-sucedida, no âmbito do que a autora denomina “infelicidade romântica” (*“romantic misery”*). Para Illouz (2012, p. 6), esse fenômeno está ligado às maneiras pelas quais o eu e a identidade são institucionalizados na modernidade. A autora argumenta que o amor aciona sintomas de ansiedade, desconforto e insatisfação em decorrência de conter, refletir e amplificar o “aprisionamento” do eu nas instituições da modernidade, que são moldadas por relações econômicas e de gênero. Nesse sentido, a estrutura do eu romântico esteve sujeita a transformações no desejo romântico, na vulnerabilidade do eu e na organização do desejo. A forma como a vontade é estruturada, como o reconhecimento é constituído e como o desejo são algumas das principais mudanças em relação ao amor no âmbito da modernidade. Para Illouz (2012), o amor, assim como as mercadorias, seria moldado por relações sociais concretas e circularia em um mercado de atores concorrentes desiguais, onde

alguns teriam mais poder para definir os termos em que são amados do que outros.

Em consonância com a perspectiva de Illouz (2012), Mateus relatou que é classificado pelos amigos como um “romântico incorrigível” em decorrência de sua preferência por relacionamentos duradouros, o que ele atribui ao fato de ter tido um único relacionamento ao longo da vida, que durou quatro anos. Em suas palavras, as relações atualmente costumam se tornar mais “fluidas” e “efêmeras”, características das quais ele tenta fugir, mas geralmente não consegue, devido aos interesses divergentes das pessoas com quem ele se relaciona. O informante ainda pontuou que a maior parte dos seus amigos não levaria o amor a sério, uma vez que, na maioria das vezes em que eles se relacionam, o fariam apenas por considerar que seria o passo “natural” de um relacionamento casual que se prolonga, e não por ter o projeto de “construir algo” com uma outra pessoa, o que ele classifica como imaturidade emocional:

*É como se não tivesse, sei lá, começando um relacionamento pensando em construir alguma coisa, sabe? Como se fosse só mais uma coisa que tipo, um passo que precisou chegar porque já tá ficando há um time [tempo], sabe? [...] Porque sabe que, tipo, “ah, tá certo, se der errado tem o aplicativo por aí”. Tipo assim, o esperado nesse momento, o socialmente esperado quando a gente tá ficando há xis meses, é namorar. Então, “vou ter que namorar agora”, seja lá da forma que for. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

Mateus ainda atribui esse tipo de comportamento alegadamente descompromissado com o sentimento amoroso à abundância de parceiros em potencial disponíveis nas mídias digitais. Para ele, as relações amorosas, quando constituídas, costumam estar em estado de fragilidade e risco permanente, uma vez que qualquer característica de um indivíduo que venha a desagradar o seu parceiro seria um motivo em potencial para romper a relação. Sob uma lógica empreendedora, não haveria perdão ou paciência independentemente da “falha” do outro, uma vez que haveria uma abundância de candidatos potencialmente mais “adequados” à disposição nas mídias digitais. A consciência acerca da fragilidade desses laços implicaria ainda em uma “atuação” contínua dos parceiros engajados em um relacionamento, no

sentido de, no caso de haver interesse em permanecer na relação, tentar agradar o outro de maneira artificial:

*Acho que o principal fator é que as pessoas não agem tanto de forma natural, sabe? ‘Vou ser um pouco quem eu sou’, sabe? Ela vai ficar sempre na questão de tipo, ‘conheci um boy que é assim, assado, então eu sei que o que eu preciso dizer pra ele me achar interessante, me achar viável, seja lá o que for’. Ele já vai naquela mentalidade, de ter que ser dessa forma pra desenrolar as coisas. E aí eu acho que é um problema, porque você perde a naturalidade, e as pessoas não passam a te conhecer, conhecem as personas que você tá construindo e tal. E isso acaba que afeta porque, tipo, pelo menos do meu ponto de vista, o amor é construído a partir do conhecimento que você tem sobre o outro, então se você não tá conhecendo o outro, você também não constrói o amor. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

O estado de superficialidade, fragilidade e risco permanente que Mateus atribui aos relacionamentos amorosos se associa à noção de competitividade incorporada à ética do desejo empreendedora na medida em que, na visão do informante, os indivíduos estão sempre à espera de uma opção de parceiro “melhor” e mais adequada aos seus ideais físicos, sociais e comportamentais. Para o informante, os indivíduos que buscam alguém para se relacionar o fazem de maneira pragmática e seletiva, considerando diferentes possibilidades e eliminando rapidamente aqueles que não parecem promissores. Dessa forma, existiria uma tendência de escolher rapidamente um parceiro com base em pequenos defeitos, em vez de haver um foco em afinidades e conversas mais densas.

*Você não espera pra ver o que tá acontecendo ali. Você realmente vai focar, e dizer assim, “ó, eu tenho 5 opções, vamo ver qual é a mais viável pra surgir assim um namoro, tem essa possibilidade e tal”, e aí você vai meio que escolher isso. E eu vejo que assim, mesmo as pessoas que não usam tão ativamente os aplicativos, acabam trazendo isso pra vida pessoal também, sabe? Assim, como ele sabe que tem essa questão de estar buscando uma pessoa, vamos dizer assim, ele está realmente buscando alguém pra se relacionar, sabe, de uma forma como um todo, e aí começa a fazer esse tipo de seleção, ele sabe até a possibilidade já que existe, “vou selecionar, vou*

*escolher, vou, sei lá, entrar em tal aplicativo e nesse aplicativo eu tenho a possibilidade de conhecer mais gente”. É como se a pessoa estivesse esperando encontrar, tipo assim, um defeitinho pra poder dizer, “ah, tá certo, esse aqui não serve não, vou pro próximo”. Não aquele tipo de coisa de “vou buscar uma afinidade, vou buscar conversar”. É justamente isso: ou vou com tudo e até encontrar o primeiro defeito e dizer “ah, valeu, não quero mais não”, ou é o tipo de coisa, “também não quero nada”, como se estivesse entre dois extremos. De tipo, querer logo correr pra que role um romance ou uma coisa assim, mas não tô preocupado em conhecer a outra pessoa, e aí no momento que aparece a primeira coisa surge a coisa do “eu não gosto, e vou partir pro próximo item do cardápio” (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

No relato de Mateus, há elementos que nos levam a pensar como a ética do desejo empreendedora pode se expressar no escopo de relacionamentos amorosos. Se o objetivo último dessa ética seria a satisfação imediata de reconhecimento social de ordem desejante, seria um relacionamento monogâmico bem-sucedido uma possibilidade de efetivação desse desejo? Caso os indivíduos aspirassem a uma plenitude afetivo-sexual, esta plenitude se limitaria à ideia de um relacionamento monogâmico tradicional? Uma vez conquistada essa plenitude, seria possível dizer que o sujeito romperia relações com essa ética e passaria a adquirir uma emancipação da ordem do desejo? A respeito desses questionamentos, a ética do desejo empreendedora possui um caráter tão elástico quanto insaciável; ela se molda às diversas circunstâncias que acometem o sujeito ao longo de sua trajetória afetivo-sexual ao passo em que garante uma espécie de “insatisfação” perpétua, que o impele a permanecer indistintamente engajado na busca ilusória pela satisfação de seus desejos. Pois é este estado de movimento contínuo que vai estimular o sujeito a continuar desejando, a continuar empreendendo, a continuar consumindo.

A ética do desejo empreendedora lança mão da ideia do amor romântico como um elemento propulsor de suas dinâmicas. A conquista de um relacionamento amoroso seria um de seus objetivos, uma recompensa mediante o esforço empreendido dentro de suas diretrizes. Do mesmo modo, ainda que de maneira paradoxal, essa mesma ética se apropria da ideia de

desmantelamento do dispositivo romântico para se manter em funcionamento. Isto é, ainda que o sujeito acredite ter atingido a suposta plenitude que lhe foi prometida nos termos ideais do amor romântico, a ética do desejo empreendedora informaria que sempre haverá algo melhor para o seu consumo, parceiros em potencial mais adequados às suas demandas sexuais e afetivas. A ética referida dispõe os sujeitos de desejo em alerta permanente, sob um estado constante de busca por uma “melhoria pessoal” que está associada às novas configurações do capitalismo em relação ao desejo. Como Mateus sugere, os sujeitos de desejo contemporâneos costumam agir em função dessas dinâmicas. É justamente esse caráter aparentemente contraditório da ética do desejo empreendedora, de criar demandas e oferecer possibilidades de supri-las, que garante o fluxo permanente do mercado de desejo homoerótico masculino, que se mantém como um aparente território de lucros e oportunidades infinitas pelo qual vale a pena lutar.

Pedro foi o único informante que associou a felicidade à ideia de plenitude propriamente dita, abrangendo o viés afetivo-sexual atribuído à plenitude no âmbito desta tese, mas extrapolando-o. Para o informante, uma pessoa feliz seria alguém “em plenitude consigo mesma”, independentemente da forma como isso ocorra. Ao ser questionado sobre o que consideraria como plenitude, ele desenvolveu da seguinte forma:

*O que for plenitude pra você. Plenitude pode ser você ter uma orgia. Pode ser um trisal. Pode ser você ter uma “relação” monogâmica. Pode ser você viajar o mundo. Pode ser você passar o resto da vida sendo pesquisador. Eu acho que é você estar pleno com você mesmo. Por isso que eu não acho que uma relação afetiva seja, assim, considerada importante, como parte fundamental da felicidade. Eu não acho que é uma parte fundamental. Porque você pode ficar pleno com você mesmo de outras formas (Entrevista de Pedro, 12/02/2020).*

Pedro reconheceu, assim como outros informantes, no entanto, que está frequentemente sujeito a uma pressão social para se engajar em relacionamentos amorosos, seja em cobranças de amigos ou via instâncias midiáticas: *“Eu vejo muito disso. Só que eu não me deixo afetar. Mas eu reconheço que isso é uma coisa, assim, respira a torto e a direito”* (Entrevista

de Pedro, 12/02/2020). Mateus sinalizou que percebe uma pressão social semelhante em relação a assumir relacionamentos amorosos, o que seria associado a um “sinal” de felicidade esperado por parte dos outros indivíduos:

*Tem um pouco [de pressão], pelo menos a meu ver, até por esse fator da competitividade. [...] É o tipo da coisa, acho que todo mundo tem, de alguma forma, algum casal, seja gay ou não, que você olha e faça “poxa, queria um rolê assim pra minha vida”, independente da forma que eles levam o relacionamento e tal. Aí eu vejo que assim, começa uma situação de tipo, você ter muitas opções, então o esperado socialmente de você é que você escolha uma opção pra, tipo, ter alguém com você. Então começa a ter... acho que o rolê de ter... assim, de esperar realmente encontrar alguém que esse alguém lhe faça feliz e que você seja feliz com a pessoa, e que eu acho que acima de tudo você mostre que tá sendo feliz. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020)*

Mateus pondera ainda que a pressão social acerca de relacionamentos amorosos se volta não apenas para homossexuais solteiros, mas também para os comprometidos. Nesse sentido, no caso dos indivíduos “contemplados” com um relacionamento, são esperadas demonstrações públicas de seu elo amoroso nas mídias digitais como modo de endosso à associação entre o amor e a felicidade. O informante observou também que há distinções claras de comportamento dos indivíduos solteiros e comprometidos nas redes sociais a partir das narrativas compartilhadas nas plataformas, sendo ambas mobilizadas a partir de preceitos da ética do desejo empreendedora, como abordamos a seguir.

*Foi algo que eu tava parando pra pensar nesses dias, na quantidade de boys que eu conheci nesses aplicativos, que enquanto eles são solteiros basicamente a postagem é pedindo biscoitos, muita selfie, não sei o quê. Quando começam a namorar é muito de momentos de, tipo, viagem com o casal, restaurante, não sei o quê, coisas pra mostrar que eles estão felizes. E no momento que você vê que a relação já não tá tão legal, que você, por um motivo ou outro descobre, ou pensa ou imagina, você vê que as postagens já, tipo, se tornam super escassas e fica sempre um rolê mais de ser... até de ser coisas mais reflexivas, sabe? Sei lá, vai postar uma frase de efeito, algo sobre trabalho, seja lá o que for. Você vê que tá fugindo um pouco do eu ou do nós,*

*que muitas vezes se reflete muito nesses momentos. Você acompanha a narrativa da vida afetiva de uma pessoa através do que ela posta no feed das redes sociais. (Entrevista de Mateus, 07/02/2020).*

A partir da fala do informante, observamos que os indivíduos podem se integrar ao mercado de desejo homoerótico masculino de múltiplas formas. Isso ocorre inclusive enquanto estão comprometidos em relações monogâmicas tradicionais, o que aponta para um cenário em que parece não haver possibilidade efetiva de desligamento das dinâmicas desse mercado. No caso levantado por Mateus, a integração ao mercado de desejo ocorre através de uma comunicação cifrada via mídias digitais: a partir de determinadas informações compartilhadas em perfis de redes sociais e aplicativos de encontro, o sujeito desejante estabelece o papel que ocupa ou deseja ocupar nesse mercado em um dado momento de sua trajetória afetivo-sexual. Isso se associa a binômios como satisfação e insatisfação, disponibilidade e indisponibilidade e felicidade e infelicidade. Mesmo comprometido afetivamente com outro indivíduo, o sujeito desejante sente a necessidade de se manter à vista e se esforçar para se manter continuamente desejável. Caso não aja dessa maneira, correrá o risco de perder relevância no mercado, o que seria um elemento indesejável se, em outra circunstância, ele voltasse a ficar solteiro.

A perspectiva pessimista ou evasiva em relação ao amor foi proeminente entre os relatos dos informantes. Entre aqueles descrentes acerca de relacionamentos amorosos, houve uma tentativa notória de desvincular a ideia da felicidade do amor. Para Marcos, por exemplo, o amor não seria fundamental para a felicidade porque relacionamentos seriam “destrutivos”. Nesse sentido, ele argumentou que seria mais fácil e proveitoso ter um “amigo com benefícios” (um parceiro sexual relativamente fixo com quem se tem algum nível de amizade) do que um parceiro afetivo convencional. *“Quando precisa desse carinho afetivo, você tem, porque você sabe que a pessoa gosta de você, entendeu? E você ainda tem a parte sexual. E quando você tem um relacionamento afetivo, você tem só o sexo. Acaba a amizade, acaba tudo”* (Entrevista de Marcos, 17/02/2020).

João, por sua vez, reiterou a suposta impossibilidade de se construir laços amorosos com outros homossexuais na atualidade devido ao predomínio

das dinâmicas de relações negativas. É interessante pontuar que essa ideia foi expressa pelo informante a partir da citação direta ao sociólogo Zygmunt Bauman (2001; 2004), que, para além do âmbito acadêmico, foi incorporado como uma referência relativamente popular a partir de seu conceito de modernidade líquida, na qual os laços sociais entre as pessoas seriam fracos e escassos. Mobilizada ao longo das entrevistas por três dos 10 informantes consultados, a referência surgiu nos relatos como uma marca geracional que revela a percepção dos informantes acerca das especificidades das sociabilidades homossexuais sob o capitalismo de plataformas de caráter escópico, conforme caracterizado por Illouz (2019).

*Isso é muito engraçado [demora a continuar]. Pra mim, é feito pé de cobra: quem vê, morre. [...] Hoje, é muito difícil pra mim, principalmente no mundo gay, achar essas relações. Não digo nem pra mim, ver relações dos outros. Eu cada vez mais concordo com Bauman, por isso sempre gosto de citar o nome dele. Eu acho que a gente vive num mundo tão louco, é tanta coisa, é tanta informação, e ao mesmo tempo não tem nada. Porque todas as informações são flashes, então você não se aprofunda em nada. As relações são rasas, as pessoas não têm mais respeito nenhum com as outras. É uma objetificação, assim, com o outro tremenda. Um egoísmo absurdo. Então hoje eu acho que é um guerreiro quem consegue, por exemplo, namorar. (Entrevista de João, 13/02/2020).*

Lucas, que também evoca Bauman (2001; 2004) como modo de definir a geração de homossexuais na qual se inclui, reconhece a dificuldade de se encontrar parceiros amorosos na atualidade, mas se mostra entusiasmado ao constatar que as gerações mais recentes aderem de maneira menos programática à monogamia do que a sua própria geração. Para ele, desvincular a relação amorosa da ideia de posse é fundamental para estabelecer relações mais interessantes e saudáveis e poderia ser um trunfo das novas gerações de homossexuais em relação às anteriores, representando uma possível quebra no padrão das relações heterossexuais nas quais os homossexuais ainda se espelhariam majoritariamente.

*Vixe... Que ironia, tentar achar um amor na época da putaria (risos). Como eu vejo relações amorosas? Eu acho que vai demorar, mas talvez as gerações*

*mais novas estejam reconfigurando pro negócio de tentar fugir de monogamia, ou de... ver o relacionamento como posse. O que eu acharia tudo, mas tá longe ainda. Acho que o pessoal ainda se preocupa muito com... se essa pessoa tá só comigo, e ela tem que estar só comigo. Eu vejo como eu gostaria que fosse, mais... livre. Você tem uma relação com fulano, mas ele pode pegar cinquenta. Enquanto isso seja claro. Acho que ainda rola essa preocupação e eu espero que ela não seja assim. Espero que não demore tanto pra isso acontecer. Eu acho que ainda tá nesse lugar, de posse. Estranho. Estranho não, mas é hegemônico. Isso é mais uma coisa hétero, na verdade. Acho que os relacionamentos hoje podem ser mais fáceis do que antes. E aí talvez seja um negócio de velha, mas acho que é tão fácil que talvez não se dê valor. Eu não falo valor do tipo, “ah, essa pessoa eu vou cuidar e vou amar e vou não sei quê lá”. Mas... porque é muito simples você marcar com uma pessoa no Tinder hoje, com outra amanhã e outra amanhã e meio que não desenvolve nada disso, assim. E não porque as pessoas não são interessantes, mas porque você tem tanta possibilidade. Acaba tipo, “ah, essa aqui eu conversei vinte minutos, não falou nada interessante e eu vou pular pro próximo”. E se você conversasse uma hora talvez chegasse numa coisa interessante. Aí eu acho que a galera é meio líquida demais. É uma geração que nasceu lendo Bauman no smartphone. (Entrevista de Lucas, 10/02/2020)*

Pedro e Tiago partem de um pressuposto semelhante ao de João em relação à suposta impossibilidade de homossexuais se relacionarem de maneira séria, por considerar, entre outros fatos, a abundância de opções disponíveis, a alta rotatividade de parceiros e o alegado risco iminente de traições por parte dos parceiros em potencial. No caso de Tiago, existe ainda a percepção de que isso seria circunscrito sobretudo a jovens homossexuais entre 18 e 28 anos, levando a crer que a ética do desejo empreendedora estimularia uma ação diferenciada a depender da faixa etária de seus agentes:

*Eu admiro quem consegue ficar junto por mais de um ano. Porque como tá... a sociedade tá muito imediatista com tudo e... se você... da mesma... do tipo, você é carente emocionalmente e carente sexualmente. Aí você conhece alguém e essa pessoa supre sua carência sexual emocional ou sua carência sexual. E aí você supriu uma, você vai querer suprir a outra. Mas se a pessoa*

*não tiver a mesma carência que você, e ela não for retribuir isso, vai rolar atrito. Então, na minha visão, muitos relacionamentos que começam, dão errado por causa disso. Porque a pessoa tá suprindo uma carência, que ficou projetando muita coisa na outra, que aí quando foi ver, a pessoa não era tudo aquilo e chegou a um ponto que tava impraticável o relacionamento e aí elas se separam. Então quando eu vejo alguém que tá há um ano junto, ou mais, eu admiro muito. Porque aí eu vejo que a pessoa realmente gosta da outra, estão trabalhando em estar juntas, estão querendo crescer, ir para algum lugar juntas. Não tá, tipo, só ficando porque 'ah, é legal a gente ficar junto'. Tenho vontade de ter um relacionamento aberto, mas não é algo que eu esteja ativamente procurando. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

*Um pouco difícil. Ou até difícil, né? Porque hoje você não vê muitos casais. Principalmente casais homoafetivos. Porque acredito que a faixa etária dos 18 aos 27 anos, 28, os jovens não queiram se relacionar só com uma pessoa. Ele quer com mais de uma. Então a curiosidade pra ele vai ser sempre. Então ele vai querer um, vai querer outro, vai querer conhecer a outras pessoas. (Entrevista de Tiago, 03/03/2020)*

É interessante observar que o sentimento de descrença e desconfiança em relação a relacionamentos amorosos se expressou também na aversão voltada para aplicativos como o Tinder, que, em comparação a outras plataformas voltadas para “pegação” de maneira mais direta, seria um meio mais adequado para prospectar relações sérias, conforme discutido no [capítulo 4](#). Apesar do sentimento de insatisfação e frustração recorrente em relação ao uso da plataforma, insiste-se em utilizá-la como modo de obtenção de reconhecimento social de ordem desejante de viés afetivo, uma vez que as demais plataformas dificilmente são vistas como detentoras da possibilidade de suprir esse requisito:

*Se acontecer alguma coisa [no Tinder], massa. Mas eu não mais tenho uma expectativa tão forte. Vou lá passando, vejo se tem alguém engraçado... Fiz questão de que na minha última foto, hoje em dia, tivesse a descrição do perfil, né? Você vai passando lá, chega na última foto, eu printei o meu próprio perfil (para que as pessoas leiam). Mas assim, eu ainda sustento mais por tentar encontrar algumas pessoas que tenham afinidade, né? É raríssimo.*

[Entrevistador pergunta se o interesse em encontrar usuários com quem tenha afinidade seria voltado para amizades ou relacionamentos amorosos]. *Pra amizade. Relação mais séria... hum... não é o foco meu não. Não, porque não é bem o que eu busco hoje em dia. Possa vir a acontecer? Eu me privo de que isso aconteça? Eu evito que isso aconteça? Não, eu não evito nada. Mas a questão é que você entra em um relacionamento se você viaja na pessoa. Se eu não tô viajando em ninguém, então eu não tô entrando em relacionamento.* (Entrevista de Daniel, 29/08/2019)

O relato de Daniel sobre o Tinder soa artificialmente desinteressado em relação ao estabelecimento de relacionamentos amorosos. Essa é uma questão que a maior parte dos entrevistados relataram enfrentar e com a qual parecem estar em constante negociação: o desejo de usufruir do sexo sem compromisso e o interesse em se engajar em uma possível relação amorosa, em geral monogâmica, para reafirmar o seu valor enquanto sujeito desejante sexual e afetivo. Embora o interesse por uma relação amorosa não seja explicitado, e raramente o foi nos relatos coletados, é uma questão que os atravessa de maneira importante. No imaginário dos informantes, estar em uma relação amorosa monogâmica significaria ser apreciado de maneira diferenciada; significaria que, para além de ser reconhecido enquanto sujeito desejante sexual, ele seria reconhecido como sujeito desejante afetivo.

Pelo que podemos aferir dos relatos dos informantes, a demanda por reconhecimento erótico/sexual é potencialmente suprida de maneira mais eficaz através do sexo sem compromisso, organizado sob a lógica da ética do desejo empreendedora, especialmente através dos aplicativos de encontro. Já o reconhecimento afetivo, relacionado às relações negativas de maneira mais direta e à fratura nos roteiros culturais voltados para este tipo de relação, não. A frustração de Daniel e de outros informantes em relação ao Tinder parece ocorrer também por conta da dificuldade de os informantes prospectarem relações amorosas e, conseqüentemente, suprirem a demanda por reconhecimento social de ordem afetiva. Por questões diversas, especialmente as que são atravessadas pelos marcadores sociais do desejo, tanto o reconhecimento erótico/sexual quanto o afetivo são distribuídos aos sujeitos desejantes de maneira desigual. Através dos depoimentos coletados, ficamos

com a impressão de que o reconhecimento afetivo parece ser ainda mais difícil de ser obtido do que o erótico/sexual.

Esse componente está nos relatos, por exemplo, dos informantes negros que mobilizam o arquétipo do “cafuçu” nos aplicativos de encontro voltados para “pegação” para otimizar a busca por parceiros sexuais. Embora reconheçam que esse procedimento reforça o estereótipo de hipersexualização racial que os incomoda, os informantes constataam que ele facilita a aquisição de um reconhecimento erótico/sexual diferenciado, ao passo em que dificulta a obtenção de um reconhecimento afetivo – não necessariamente menos desejado, mas colocado em segundo plano diante das prioridades estabelecidas pela ética do desejo empreendedora.

É interessante pontuar que Daniel se descreve como um indivíduo com consciência das questões sociais e políticas de modo mais amplo e, em especial, do sofrimento associado à inadequação de homossexuais ao mercado homoerótico masculino, considerando recortes de classe, raça, corporeidade e regionalidade. Na sua perspectiva, homossexuais poderiam ser felizes na medida em que ocupassem posições privilegiadas nesse mercado ou, caso esse não fosse o caso, que não tivessem consciência desse fato. Além disso, eles idealmente deveriam se privar de desenvolver consciência ou interesse por questões sociais e políticas que pudessem os “afligir”, assumindo um posicionamento hedonista e fundamentalmente consumista perante a vida.

*Sabe o gay que tá mais de boa? É o gay que menos quebra a cabeça e tenta aproveitar o que a gente alcançou nos últimos tempos. É um gay que de repente fala um “Bolsonaro, vai tomar no cu”, mas ele não se aprofunda muito nas questões, porque ele tem mais o que fazer. Ele quer curtir a vida, ele quer viajar, ele quer chupar uma rola, ele quer comprar uma roupa nova. (Entrevista de Daniel, 01/03/2020)*

A relação entre a felicidade e a saúde mental não será aprofundada nesta pesquisa, mas trata-se de uma interseção que nos interessa no âmbito de uma compreensão mais completa de uma ética do desejo empreendedora, razão pela qual exploraremos brevemente alguns relatos que tocam nessa questão. A inadequação ao mercado de desejo homoerótico masculino relatada

pelos informantes revela níveis de desigualdade notórios em termos de reconhecimento social de ordem desejante, sobretudo aquele de viés afetivo. Problemas relacionados à saúde mental, questões de autoestima e efeitos negativos dos aplicativos em relação à integridade emocional dos indivíduos foram componentes que se destacaram ao longo dos depoimentos, expondo tensionamentos e fragilidades entre as ideias de amor, sexo, felicidade, fracasso e sucesso por eles relatadas. Ao mesmo tempo em que seria uma fonte de sentimentos como dor e decepção – além de transtornos como depressão e ansiedade, conforme mencionados nas entrevistas –, o mercado de desejo homoerótico masculino também seria, contraditoriamente, a possibilidade de aplacar esses sentimentos e sintomas negativos e empreender no âmbito da própria felicidade, através de discursos motivacionais e meritocráticos e mecanismos de auto-otimização e autogestão, entre outras estratégias.

Gabriel, por exemplo, relatou que passou a ter problemas de autoestima sérios quando se inseriu no “meio gay” e se percebeu como “inadequado” ou “indesejado”. O fato de ter tido um único relacionamento de quase quatro anos e de o seu ex-namorado ter começado a se relacionar um homossexual de tipo físico considerado padrão após o rompimento foi uma forma de o informante reiterar a ideia de que ele não seria passível de ser amado e desejado. O episódio é encarado pelo informante como um gatilho para crises de ansiedade e compulsão. Apesar de ponderar que ele não teria “nascido para ser solteiro”, ele relatou que não conceberia a ideia de se envolver em um outro relacionamento pelo medo de “investir” em um parceiro que eventualmente o “abandonasse”. Ao mesmo tempo em que ele afirma que os aplicativos de encontro reafirmariam esse trauma, na medida em que lidaria frequentemente com negativas e bloqueios de outros usuários, ele associa, de maneira contraditória, as plataformas a um meio de aliviar crises de ansiedade ou como modo de canalizar situações de compulsão – nesse caso, de caráter sexual, como ocorreu no período em que marcou encontros sexuais com múltiplos usuários em uma semana, o que contribuiu para elevar a sua autoestima:

*Pra você entender, tinha épocas na minha vida de compulsão alimentar que eu comia comida gelada. Só tirava da geladeira e comia. E sexo. Pronto. Aí eu*

*tava há cinco meses sem fazer sexo e tava super de boa. Teve uma semana, meu filho, que eu transei com oito pessoas. Aí eu pensei e fiz: “Eu acho que eu tô meio compulsivo”. [...] Se eu não tivesse nunca me tratado, e não entendesse como é a minha doença, sim, eles [os aplicativos] seriam totalmente prejudiciais, porque eu ia estar no ciclo [compulsivo]. Mas como eu já tratei isso, eu sei como é que funciona, hoje eu consigo me entender melhor em relação à minha doença, eu consigo ver esses gatilhos hoje e dizer: “Olha, realmente, eu transei com oito numa semana”. Eu tava conversando com minha amiga, que fez: “Tu tá ficando com o mesmo que tu ficou segunda?”. Eu fiz: “Não, eu fiquei com tantos outros”. Eu converso muito com meus amigos. Eu sou bem assim, aberto. Ela fez assim: “Hum, tá ansioso?”. “Não tinha percebido, amiga, mas tô”. [...] Eu nunca estou não ansioso. Eu acho que pra mim a diferença é só, tipo, como eu consigo lidar. Então assim, quando eu não estava com o aplicativo, eu usava minha compulsão de outra maneira. Com o aplicativo, eu posso usar, digamos assim, no dia que eu tiver muito compulsivo, vou lá e faço sexo, beleza. [...] Nunca tive autoestima, eu acho. Eu não sei se tu percebeu, mas eu cuido muito, assim, da minha mente pra eu não surtar. Então, assim, eu não faço coisas que possam me dar gatilho. Eu não faço coisas que depois eu possa ter problemas com. Então assim, não. Entre eu sentir vontade e eu me sentir à vontade, eu prefiro me sentir à vontade. (Entrevista de Gabriel, 02/03/2020)*

Ainda que associe o uso de aplicativos de encontro à compulsão por sexo, a prática de conversar com outros homossexuais e prospectar relações sexuais o ajuda a lidar com a ansiedade. Trata-se de uma relação contraditória, que alivia uma parte de seus sintomas de ansiedade, mas alimenta um ciclo compulsivo que possivelmente lhe trará mais ansiedade posteriormente. Os aplicativos e as lógicas aplicadas em suas dinâmicas são incorporados ao cotidiano do informante como um componente necessário, natural e cotidiano, sem o qual ele dificilmente se imaginaria enquanto um homem solteiro.

Para João, a relação ambígua a respeito das plataformas digitais relatada por Gabriel – isto é, de compreendê-las ao mesmo tempo como fonte de acionamento e de redução de sintomas de ansiedade – também é uma realidade concreta. O informante narrou, por exemplo, que não teria

conseguido finalizar a dissertação de mestrado se não pudesse ter recorrido aos aplicativos de encontro para diminuir o estresse causado pelo desenvolvimento do projeto, o que se deu a partir da marcação de encontros sexuais imediatos.

[...] *Eu escrevia sentado numa mesa, com computador, e com o celular do lado. O povo dizia: “eu não sei como é que você consegue”; eu digo: “eu consigo”. Eu tava aqui, mas eu não tava aqui ao mesmo tempo. Saiu. Meu mestrado foi elogiadíssimo. E quando eu tava no auge, assim, da crise da escrita, eu dizia “foda-se tudo” e ia-me embora. Eu parava tudo que tava fazendo, entrava no aplicativo, arrumava alguém e ia transar. Eu tava aqui, no meu serviço, mas o negócio [o smartphone] tava aqui. Se aparecesse alguma notificação do aplicativo, a gente olhava pra ver o que era, né? Era uma distração que me ajudava... a produzir. Causa ansiedade, mas também ajuda. Mas hoje em dia quem não é ansioso, né? Nessa sociedade doente que a gente vive, quem não é ansioso? Mas pensando, eu acho que ele [o aplicativo de encontro] me ajuda mais.* (Entrevista de João, 13/02/2020)

Em consonância com Gabriel e João, José atribui aos aplicativos de encontro uma possibilidade de “cura”, no sentido de poder obter uma retomada quase que imediata de algum grau de reconhecimento social de ordem desejante, especialmente aquele de viés sexual. É interessante perceber que ele não utilizaria a plataforma quando estivesse “de boas”, ou seja, em um estado emocional considerado saudável: *“Eu tento fugir, mas fico me enganando. É uma tentativa de cura. Eu sempre baixo [o aplicativo após desinstalá-lo] nesse sentido. Eu nunca vou entrar no aplicativo quando eu tiver de boas. Por instinto eu uso pra aliviar estresse, ansiedade, mas conscientemente eu sei que piora”* (Entrevista de José, 14/02/2020).

O conjunto de relatos apontam que os informantes são impulsionados pela promessa de superar a escassez sexual e afetiva, aderindo à ideia de sucesso compulsório promovida pelas plataformas digitais e outras instâncias midiáticas. Se os esforços desses indivíduos não estão necessariamente, ou ao menos unicamente, vinculados à busca de uma suposta plenitude afetivo-sexual, o que inferimos pelo nível de consciência razoável apresentado pelos informantes acerca dessa questão, eles parecem ser continuamente

estimulados a evitar o “fracasso” e obter efeitos de reconhecimento social – especialmente aquele de ordem desejante, uma vez que o de ordem afetiva apresenta maiores desafios. Se a busca por felicidade e satisfação sexual e amorosa se situa em um cenário onde predomina a escassez, tentativas de supri-la são incorporadas continuamente pelos informantes no escopo de uma ética do desejo empreendedora, uma vez que a própria obtenção de reconhecimento social, por mais frágil que seja, é capaz de produzir efeitos de bem-estar, a despeito de uma saúde mental e de um estado emocional prejudicados, em certa medida, por essa mesma ética. O seu propósito último, por assim dizer, não seria levar à obtenção de algo concreto nem tampouco estável, mas manter os seus agentes no movimento contínuo de empreender, de modo que eles se satisfaçam com os efeitos de reconhecimento social que forem sendo conquistados nesse processo e mantenham o fluxo desejante demandado pelo capitalismo escópico e de plataforma.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente tese investigou o que denominamos uma ética do desejo empreendedora e a sua relação com a busca de reconhecimento social de ordem desejante por parte de jovens homossexuais nordestinos na era digital. Considerando que esses indivíduos se constituíram enquanto sujeitos desejantes em meio à naturalização das tecnologias de informação e comunicação (TICs) e passaram a ser usuários assíduos de aplicativos de encontro e redes sociais nos anos 2010, buscamos compreender a consolidação da ética referida a partir da análise de suas trajetórias tecnossociais e afetivo-sexuais. Tendo como aporte teórico-metodológico a Teoria Crítica, em especial as contribuições de Eva Illouz (2007; 2011; 2012; 2014; 2019; 2022), este estudo se situa na intersecção entre a difusão das TICs e as sociabilidades homossexuais, destacando a evolução histórica das TICs, o seu impacto na formação das subjetividades, especialmente de ordem desejante, e as demais implicações das mídias digitais na busca de parceiros afetivo-sexuais.

Em termos metodológicos, a pesquisa se ancora em fontes históricas, sociológicas e, como material empírico original, entrevistas em profundidade com os informantes consultados. Para isso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas presenciais com 10 homossexuais residentes na cidade do Recife e região metropolitana, que tinham entre 25 e 34 anos e foram convocados como informantes voluntários a partir do aplicativo de encontro Grindr, como descrito de forma detalhada no capítulo metodológico desta tese.

Buscamos investigar como esses indivíduos incorporam elementos da ética referida nos processos de subjetivação aos quais se associam no cotidiano, em especial a partir do uso de mídias digitais voltadas para a busca de parceiros afetivo-sexuais. Nesse sentido, observamos que a ética do desejo empreendedora se manifesta a partir de uma metódica racionalização das condutas de vida dos informantes associada aos preceitos de produtividade e competição do neoliberalismo. Com o fim de prover aos seus agentes efeitos de reconhecimento social de ordem desejante sexual e, em menor escala, afetivo, essa ética conduz os indivíduos à busca pela otimização contínua de suas posições no mercado homoerótico masculino, seja através de roteiros

culturais voltados para o sexo, de estratégias de autoapresentação ou da apropriação de personalidades desejáveis.

Mobilizamos como principal lente analítica a perspectiva de relações negativas ou não-amor (“unloving”), conforme elucidada por Illouz (2019). Sobre esse conceito, a autora argumenta que as relações negativas, em contraposição às ditas relações positivas, seriam caracterizadas por vínculos sociais mais frágeis e a ausência de roteiros culturais consolidados, sendo predominantes sob o capitalismo escópico (imagético) que vivenciamos. É importante ressaltar que Illouz (2019) toma de empréstimo a ideia de negatividade e positividade da Teoria Crítica, em especial de Adorno e Horkheimer. Nesse sentido, ao invés das acepções correntes de “negatividade” e “positividade”, que invariavelmente são imbuídas de valoração moral referente a elementos ruins e bons, respectivamente, a negatividade de que trata Illouz (2019) é aquela que nega a ordem social vigente e, portanto, os modelos de relacionamento que estão vinculados a esta ordem social, que também podemos chamar heteronorma.

É notório que Illouz (2011; 2019) explora essa temática, no geral, a partir de uma perspectiva heterossexual, não aprofundando questões que tensionam as relações negativas no âmbito das experiências afetivo-sexuais de pessoas não cisgêneras, não heterossexuais, não brancas e não norte-americanas, europeias ou israelenses. De certa forma, esta tese buscou aproximar as profícuas observações de Illouz (2019) de um recorte interseccional a partir de uma investigação acerca das sociabilidades que constituem uma parte das homossexualidades localizadas ao Sul global, explorando as suas especificidades, potencialidades, vulnerabilidades e contradições.

A pesquisa apontou que as TICs desempenham um papel crucial na constituição das trajetórias desejanter dos informantes. Desde o uso inicial de plataformas como salas de bate-papo e sites de redes sociais como o Orkut até a adoção massiva de aplicativos de encontro com geolocalização, as tecnologias moldaram as maneiras pelas quais eles exploram e afirmam as suas identidades sexuais, uma vez que as plataformas digitais são espaços de sociabilidade onde os indivíduos constroem e negociam suas próprias subjetivações desejanter.

Apontamos que o processo de autoapresentação on-line é influenciado por roteiros culturais de personalidades desejáveis, conforme discutido por Illouz (2007). Sob um complexo ecossistema de plataformas voltadas para a busca de parceiros amorosos e sexuais, os usuários lançam mão de uma série de códigos e regras específicos para cada plataforma, refletindo normas internas de desejabilidade e sujeitos à exigência tácita de construção de um “portfólio” atraente e alinhado às prescrições normativas do regime de desejabilidade vigente. Os indivíduos, como empreendedores de si mesmos, adotam estratégias específicas para maximizar os resultados de suas prospecções afetivo-sexuais, ajustando os seus perfis e abordagens com outros indivíduos às expectativas das plataformas e da comunidade de usuários que os avaliarão.

Os relatos dos informantes indicam que essas estratégias são moldadas pela tentativa de adequação a normas de masculinidade heteronormativa, mas também podem ser adaptadas conforme a expertise adquirida pelos usuários: experiências de rejeição, bloqueios e ataques de ordem pessoal emergem como um fator acelerador da curva de aprendizado desses indivíduos, impulsionando a melhoria constante dos perfis e abordagens.

Os informantes costumam adotar uma linguagem mercadológica para descrever suas sociabilidades homoeróticas, especialmente em referência a dinâmicas de aplicativos de encontro voltados para “pegação”, evidenciando um caráter transacional nos processos de prospecção de parceiros. Isso sugere que a ética do desejo empreendedora não apenas influencia práticas digitais, mas também modula a linguagem, a percepção da realidade e a expressão da subjetividade dos sujeitos desejantes. A incorporação gradual do discurso empreendedor na esfera afetivo-sexual se entrelaça à noção de liberdade negativa discutida por Illouz (2019), que, segundo a autora, permitiu que a linguagem e as práticas do mercado de consumo remodelassem a subjetividade, permeando os vínculos românticos e sexuais com uma lógica de consumo e satisfação instantânea. Os relatos dos informantes sugerem que, embora o sexo seja um terreno ambivalente, caracterizado por uma abundância aparente, mas nem sempre concreta, o amor é percebido como intrinsecamente escasso. A busca por reconhecimento desejante e a tentativa

de superar a escassez afetivo-sexual são impulsionadas, por sua vez, pela promessa contínua de sucesso, mesmo que os resultados sejam frequentemente frustrantes e insuficientes.

Os circuitos de lazer adulto híbridos, que mesclam práticas de sociabilidade on-line e offline, mostram que as mídias digitais influenciam, mas não totalizam, as sociabilidades homoeróticas. Espaços de sociabilidade tradicionais, como boates e saunas, continuam a ser importantes, mas são agora complementados e transformados pelas interações mediadas digitalmente.

Entre 2012 e 2019, a popularização de smartphones e aplicativos geossociais marcou uma “virada algorítmica”. Esta mudança transformou a experiência on-line em um fluxo contínuo de consumo de informações, modulando as possibilidades de interação a partir das preferências dos usuários e promovendo uma ética do desejo empreendedora. Os informantes relataram que o acesso à Internet e a combinação de diferentes tecnologias (mensagens instantâneas, sites de relacionamento, salas de bate-papo, etc.) foram fundamentais para a descoberta e exploração de sua sexualidade. Essas tecnologias não só facilitaram o autoentendimento como sujeitos homossexuais, mas também estabeleceram novos parâmetros e idealizações de estilos de vida e performance sexual.

A pesquisa apontou para uma tendência de “pornificação” de si entre os informantes, onde a produção e compartilhamento de conteúdo erótico são utilizados como meios de busca por reconhecimento e integração ao mercado de desejo. Essas práticas refletem um aspecto da ética do desejo empreendedora que envolve a comodificação do corpo, da sexualidade e das identidades que atravessam e constituem os informantes. A influência da pornografia gay, especialmente no contexto dos aplicativos de encontro, contribui para a pornificação de si, onde a lógica empreendedora é aplicada à prospecção sexual. Os perfis em aplicativos refletem referências pornográficas, ampliando o capital sexual dos indivíduos e promovendo um processo de reconhecimento social baseado no desejo.

Entre os informantes, notou-se uma diferença clara nas respostas a respeito dos âmbitos do sexo e do amor. As perguntas sobre sexo geralmente eram respondidas com confiança e clareza, enquanto as questões sobre amor eram tratadas com hesitação e desconforto, revelando vulnerabilidades e inseguranças menos visíveis no tema anterior. O sexo era tratado como um componente ambivalente, com uma percepção de abundância que, no entanto, se mostrava escassa. Em contraste, o amor já era percebido como escasso desde o início. Essa distinção está em linha com o conceito de relações negativas ou de “não-amor”, conforme mencionado por Illouz (2019, p. 20), referindo-se a vínculos sociais fracos. A diferença entre os dois domínios é que o sexo seguiria roteiros culturais bem definidos e previsíveis, enquanto o amor estaria sujeito a uma espécie de crise de confiabilidade quanto à sua viabilidade.

Essa observação nos levou a considerar que, além da busca por uma suposta plenitude afetivo-sexual, o que realmente motivaria os informantes a exercerem o papel de agentes de uma ética do desejo empreendedora seria a promessa contínua, reforçada pelos próprios discursos institucionais das plataformas digitais, de superar a escassez em ambos os âmbitos mencionados. Dessa forma, o sexo seria mais manejável que o amor, apesar de ambos serem instâncias consideradas difíceis, especialmente quando consideramos os aspectos negativos e positivos nos termos propostos por Illouz (2019). A adesão às diretrizes dessa ética estaria, portanto, menos relacionada à busca por um estado ideal de plenitude afetivo-sexual e mais ao esforço constante de não fracassar, de superar a escassez sexual e emocional, e de alcançar “sucesso” em seus empreendimentos afetivo-sexuais.

Mais do que a realização de um objetivo inalcançável, como seria o estado ideal de plenitude afetivo-sexual, os informantes parecem direcionar seus esforços, no escopo de uma ética do desejo empreendedora, para tentativas contínuas de obter reconhecimento social de ordem desejante – especialmente aquele de viés sexual, que, como aferimos com os relatos obtidos, seria mais prático de adquirir do que o de viés afetivo. O acúmulo de experiências sexuais, a adesão a modificações físicas e estéticas, a otimização do desempenho sexual, a pornificação de si e outras práticas voltadas para o

aumento do capital sexual e para a obtenção de uma melhor posição no mercado homoerótico masculino são, dessa forma, parte da busca contínua por efeitos imediatos de reconhecimento social, de forma constante e geralmente insuficiente.

A ética do desejo empreendedora não apenas molda suas experiências afetivo-sexuais, mas também impacta profundamente a autoimagem e o bem-estar emocional dos indivíduos. Esta pesquisa contribui para a compreensão das maneiras pelas quais as TICs transformam as práticas desejantes e de sociabilidade na contemporaneidade, destacando as implicações sociológicas de uma ética de desejo influenciada pelas lógicas neoliberais de mercado e produtividade. Dessa forma, oferece uma reflexão crítica sobre os desafios e paradoxos enfrentados por jovens homossexuais no contexto do capitalismo de plataforma, onde a busca por reconhecimento e plenitude afetivo-sexual se torna uma jornada permeada por competição, resiliência e adaptação constantes.

Da mesma forma que Januário (2016) identificou a impossibilidade de existir uma única forma de “fazer-se homem”, em seu estudo sobre masculinidades no âmbito da publicidade, esta pesquisa aponta que não há apenas uma forma de constituir-se enquanto homossexual, nem tampouco como empreendedor sexual e amoroso. Essas distinções e discrepâncias, que interferem diretamente nos modos com os quais os indivíduos negociam o seu próprio empreendedorismo afetivo-sexual nas mídias digitais, se modulam, sobretudo, a partir dos recortes interseccionais de raça, classe, performance de gênero, corporalidade e regionalidade aos quais eles estão inseridos, como sugerem os relatos dos informantes. Como observou Januário (2016, p. 118) em relação às masculinidades, em reflexão que podemos redirecionar às homossexualidades masculinas, o que existe são formas múltiplas de constituir-se enquanto tal, correspondendo a um modelo multifacetado de vivências masculinas que “apresenta-se continuamente complexo, contraditório e em mutação, forjando-se em diferentes tempos e espaços”.

Constituído de forma ambígua, o empreendedorismo sexual, ao passo em que se alinha à lógica de consumo e acúmulo do neoliberalismo, não deixa de resguardar um potencial subversivo em relação a normas de gênero

heteronormativas. Ao dispor a sexualidade em um espaço de visibilidade (a exemplo das mídias digitais) e agência pessoal, ele permite que indivíduos homossexuais, em certa medida, exerçam controle sobre as suas próprias imagens e narrativas, reivindicando um espaço público para o desejo que desafia os moldes heterocentrados. Este processo, ao mesmo tempo que incorpora práticas capitalistas e serve ao lucro das plataformas, não deixa de subverter as expectativas de gênero ao desestabilizar a noção de um desejo estritamente vinculado à intimidade normativa e à invisibilidade social. A própria noção de “gozo” imbuída nas práticas sexuais empreendedoras pode ser associada a um sentido emancipatório, em que o desejo se configura como afirmação da própria identidade.

Dessa forma, ao reapropriarem-se do próprio desejo e utilizarem-no de forma relativamente autônoma, ainda que sob prescrições dos discursos vinculados ao empreendedorismo, cabe questionar se esses sujeitos, para além da busca por reconhecimento social de ordem desejante já discutida, podem questionar de fato os modelos de relacionamento tradicionais e reformular o próprio conceito de afeto e prazer para além das imposições de sucesso e fracasso que o neoliberalismo dispõe em diferentes instâncias da vida humana.

Ao propormos uma percepção de uma ética do desejo, de caráter histórico e contingente, atentamos para outras possibilidades de estar no mundo. Isto é, para além de uma conduta empreendedora estrita, que é uma conduta, como argumentamos ao longo desta tese, associada às subjetividades que tomam forma ou se atualizam sob a égide do neoliberalismo. Acreditamos ser fundamental considerar outras maneiras de estar no mundo que não sejam violentas ou desumanizantes; outras possibilidades éticas e estéticas da existência, que valorizem as potências e agenciamentos próprios dos indivíduos enquanto sujeitos desejantes, e que os possibilitem, na condição de sujeitos de desejo históricos, a nutrirem ímpetos de transformação.

Em relação à possibilidade de uma ética do desejo queer, autores como Judith Butler (2015), Paco Vidarte (2019), Paul Preciado (2017; 2018) e Jack Halberstam (2020) produziram colaborações notáveis para avançarmos em direção a perspectivas não deterministas do sujeito de desejo e da tecnologia.

Não objetivamos prescrever condutas ou oferecer respostas consolidadas, mas propomos uma provocação intelectual: seria viável e mesmo possível investir em novas práticas desejanter tendo como perspectiva uma ética do desejo queer? Isto é, uma ética do desejo em que sejam minimizados pressupostos neoliberais como a felicidade compulsória, a maquinização e quantificação de nossas performances afetivo-sexuais e a impessoalidade de nossos afetos (Illouz, 2011; 2019); uma ética na qual possamos explorar a potência subversiva do fracasso e dismantelar a lógica de sucesso compulsório (Halberstam, 2020).

Em uma das entrevistas para esta tese, o informante Pedro forneceu pistas que iluminam alguns desses pontos e apontam para pequenas rupturas possíveis na lógica empreendedora dominante. Ele ressaltou algumas estratégias de sociabilidade que performava no Grindr para tentar emplacar não apenas encontros voltados para sexo casual, mas situações em que ele pudesse estabelecer laços mais consistentes e duradouros – e isso não implicava se engajar em uma relação monogâmica tradicional, como ele reiterou. Pedro passou a propor, dessa forma, encontros íntimos com outros usuários para tomar drinks, fumar maconha e assistir séries de TV. Transar ainda estava em seu radar de intenção, mas não como o centro organizador de suas investidas ou dos encontros que buscava. Ele destacou a potencialidade dos próprios aplicativos de promover encontros mais proveitosos e laços humanos menos voláteis. Mas, para ele, essa ideia ainda se trataria de uma utopia:

*Todos esses aplicativos, no estilo do Grindr, que você fica vendo a galera, as gays, principalmente as gays, por perto, você poderia tentar conhecer, conversar, aumentar o seu círculo de amizade, aumentar o seu ciclo social, até pra arrumar um trabalho, arrumar amigos mesmo, conhecer pessoas novas que não sejam do seu círculo de amizade pra você expandir sua visão de mundo, seria legal, seria interessante. Só que nem as pessoas têm tanto interesse, e eu falo isso, mas eu acho isso uma coisa utópica, porque eu mesmo não tenho a disposição o tempo todo. (Entrevista de Pedro, 12/02/2020)*

Em sua fala, Pedro critica uma das características mais latentes da ética do desejo empreendedora, que é a dificuldade de aprofundamento de laços

humanos entre os sujeitos de desejo, como Eva Illouz (2019) ressalta ao descrever a estrutura negativa das relações contemporâneas. Afinal, é preciso continuar prospectando, obtendo resultados quantitativos e contribuindo para a manutenção da lógica empreendedora. Ele parece sugerir que o Grindr possui uma potência de transformar positivamente as relações entre homens gays, através de amizades e contatos profissionais, por exemplo, para além de um interesse sexual estrito. Pelo que refletimos a partir de seu relato, uma ética queer do desejo não necessariamente demandaria o não uso de aplicativos como o Grindr, mas a reapropriação de seus usos. E essa mudança só parece ser possível mediante uma série de transformações sociais mais amplas.

Marcos ilumina um outro ponto que poderia constituir uma ética queer do desejo, em que a lógica de seletividade e descarte da ética empreendedora são colocadas em xeque. Em sua fala, está presente a potência queer enquanto uma nova política de gênero e sexualidade pós-identitária (Butler, 2015), que pode contribuir para a falência de rótulos identitários rígidos e limitantes de sua experiência afetivo-sexual. Na visão do informante, os homens com quem interage virtualmente se baseiam de maneira veemente em rótulos para justificar suas escolhas sexuais e afetivas – lógica à qual ele paradoxalmente se integra, a partir do imaginário em torno do “cafuçu”, para agilizar sua busca por parceiros: *“Você não é rótulo. Porque rede social é o que você veste, o que você come, o que você anda, o que você calça, sabe? São rótulos demais. Você não é você, você é uma vitrine de algo que você quer expor pro mundo. [...] Sexualidade não se justifica. Sexualidade se vive”* (Entrevista de Marcos, 17/02/2020).

Se lançarmos mão do pensamento de Preciado (2017) com o propósito de considerar uma ética queer do desejo, encontraremos uma via possível na contraproposta epistemológica do autor ao sistema sexo-gênero binário e a uma política do desejo heterocentrada e falocêntrica. Inclusive em termos de uma reapropriação das tecnologias e das identidades, que as tecnologias invariavelmente produzem e reiteram através das práticas dos sujeitos. Nesse sentido, Preciado (2017, p. 107) cita Michel de Certeau para argumentar que *“toda tecnologia é um sistema de objetos, de utilizadores e de usos aberto à resistência e ao *détournement* (diversão, perversão, apropriação, *queerização*)”*.

O autor ainda define uma *práxis queer* como “uma forma de transformação de certas técnicas de dominação em técnicas de si, que hoje não duvidaríamos em denominar técnicas de construção de identidade” (Idem).

Na visão de Preciado (2017, p. 108), “toda técnica que faz parte de uma prática repressiva é suscetível de ser cortada e enxertada em outro conjunto de práticas, reapropriada por diferentes corpos e invertida em diferentes usos, dando lugar a outros prazeres e a outras posições de identidade”. Embora o autor se refira a tecnologias corporais e sexuais, pensar uma transformação dos usos e das práticas engendrados pelos aplicativos atravessa essa perspectiva de maneira direta, se levarmos em consideração os relatos dos entrevistados. A lógica de desfacelamento de “verdades” sexuais e ontológicas proposta pelo autor podem contribuir para fragilizar as “verdades” tecnológicas que discutimos até aqui, uma vez que “é possível inverter e derivar (modificar o curso, mudar, submeter à deriva)” as práticas de produção das identidades sexuais e outras “verdades” relativas ao desejo e às tecnologias (Preciado, 2017, p. 30).

Em consonância com o que propomos denominar uma ética queer do desejo, Halberstam (2020) investiga rotas alternativas a uma ideia heteronormativa de sucesso que conduz as práticas desejanter no escopo da ética empreendedora do desejo. Para o autor, o fracasso possui uma potência subversiva capaz de danificar as trincheiras políticas da ideia de sucesso compulsório a que somos submetidos continuamente através dos aparatos discursivo-midiáticos a que somos expostos. O autor enxerga o fracasso como uma “maneira de se recusar a aquiescer a lógicas dominantes de poder e disciplina e como forma de crítica”, e, como prática, “o fracasso reconhece que alternativas já estão embutidas no dominante e que poder nunca é total ou consistente” (Halberstam, 2020, p. 131). Nesse sentido, uma perspectiva queer de uma ética do desejo pode nos oferecer “um método para imaginar, não algum tipo de fantasia de um outro lugar, mas alternativas existentes para sistemas hegemônicos” (Idem). Se nos apropriarmos da argumentação de Halberstam (2020), uma ética queer do desejo abraça o fracasso e trata como dejetos o sucesso compulsório do sistema hegemônico que se tornou a lógica

empreendedora que buscamos investigar no âmbito de uma ética afetivo-sexual:

[O] fracasso está à espreita, em todas as esquinas empoeiradas (...). Viver é fracassar, não saber fazer, decepcionar e, ao fim e ao cabo, morrer; em vez de procurar formas de evitar morte e decepção, a arte queer do fracasso envolve a aceitação do finito, o acolhimento do absurdo, do bobo e do pateta irremediável. Em vez de resistir a fins e limites, que possamos nos regozijar, aproximando-nos de todas os nossos fracassos inevitáveis e fantásticos. (Halberstam, 2020, p. 245)

Para além do fracasso, talvez uma ética do desejo queer possa ser pensada sob a lógica da cooperação mútua, através da formação de laços de amizade, afeto e cuidado. Em um momento de severa crise humanitária – social, política e climática –, em que as desigualdades sob todos os âmbitos adquiriram níveis obscenos e sombrios, a formação de alianças diversas e o engajamento em micropolíticas revolucionárias parecem ser um caminho possível a se seguir. Para ter condições de superar a ética do desejo empreendedora, uma ética do desejo queer pressupõe a mobilização de novos parâmetros de representação, visibilidade e desejabilidade. É preciso dinamitar regimes empoeirados e se aliar a processos de reconstrução política que partam de novas epistemologias. Epistemologias que se proponham a minar exclusões e extermínios. Epistemologias que abranjam, garantam e valorizem formas diversificadas e mais inclusivas de estar e desejar no mundo.

## REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, Ludmila Costhek. Plataformas digitais e uberização: Globalização de um Sul administrado?. *Contracampo*, Niterói, v. 39, n. 1, p. 12-26, abr./jul. 2020.
- ADORNO, Theodor. *Dialética Negativa*. Rio de Janeiro: Zahar, 2009 [1966].
- ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. *Nordestino: uma invenção do falo — Uma história do gênero masculino (Nordeste — 1920/1940)*. Maceió, Catavento, 2003.
- ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz e CEBALLOS, Rodrigo. Trilhas urbanas, armadilhas humanas – a construção de territórios de prazer e de dor na vivência da homossexualidade masculina no Nordeste brasileiro dos anos 1970 e 1980. In: SCHUPUN, Mônica Raisa (org): *Masculinidades*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- ALBUQUERQUE, Mateus de Melo. *Masculinidades bicha: quando os homens se colocam contra a hegemonia*. Dissertação (Mestrado em Direitos Humanos) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2023.
- ALENCAR, Mônica Maria Torres de. *O apoio aos pequenos empreendimentos econômicos no âmbito das Políticas Públicas de Emprego e Renda: alternativa ao desemprego ou subordinação e desregulação do trabalho assalariado no Brasil?* Tese de doutorado apresentada ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.
- ALMEIDA, Pedro; SANTOS, Gustavo França; FIGUEIREDO, Zélia Figueiredo. O impacto da pornografia na sexualidade dos consumidores – estado da literatura atual. In: *Revista Brasileira de Sexualidade Humana*, 33, e1007, 2022.
- ATTWOOD, Feona. Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture. *Sexualities*, Vol 9(1): pp. 77–94. Londres: Sage, 2006.
- BASTOS, Gustavo Grandini. *Os sujeitos-gays nas tramas da(s) rede(s): o discurso sobre os aplicativos de relacionamento*. 2018. Tese (Doutorado em Psicologia: Processos Culturais e Subjetivação) - Faculdade de Filosofia,

Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2018.

BASTOS, Márcio. *Pernalonga: uma sinfonia inacabada*. Recife: Cepe, 2023.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor líquido*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BELELI, Iara. O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais. In: *cadernos pagu*, São Paulo, v. 44, 2015.

BENTO, Emmanuel [@emmanuelbento]. O legado da Misty, a primeira grande boate LGBT do Recife. <https://x.com/emmanuelbento/status/1346468711943688193?lang=en>. X (anteriormente Twitter), 05 jan. 2021. Disponível em: <https://x.com/emmanuelbento/status/1346468711943688193?lang=en>. Acesso em: 04 nov. 2023.

BLOOM, Peter. *The Ethics of Neoliberalism – The Business of Making Capitalism Moral*. Nova Iorque: Routledge, 2017.

BOHMAN, James. Critical Theory. *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Edward N. Zalta (ed.). 2021. Disponível em: <<https://plato.stanford.edu/archives/spr2021/entries/critical-theory/>>. Acesso em 22 jan. 2023.

BOURCIER, Sam. *Homo Inc. Incorporated: O triângulo e o unicórnio que peida*. São Paulo: n-1, 2020.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk, 2011.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: *Bourdieu: Sociologia*. Renato Ortiz (org.). São Paulo: Ática, 1983. p. 82-121.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

CARELLA, Túlio. *Orgia: os diários de Túlio Carella, Recife, 1960*. São Paulo: Opera Prima, 2011.

- CASAQUI, Vander. Empreendedorismo como fenômeno comunicacional, como discurso social e como inspiração. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 16, n. 30, 2019.
- CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação – Economia, Sociedade e Cultura. Vol. 1 – A Sociedade em Rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011 [1996].
- CASTELLS, Manuel. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press, 2002.
- CASTRO, Luiz Henrique Silva de. *A racialização do desejo no Grindr: táticas de comunicabilidade da negritude na construção de perfis*. 2019. Monografia (Graduação) – Curso de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.
- CESARINO, Letícia. *O mundo do avesso: verdade e política na Era Digital*. São Paulo: Ubu, 2022.
- COCKS, Harry. *Classified: The Secret History of the Personal Column*. London: Random House, 2009.
- COELHO, Juliana Frota da Justa. *Somos todos estrelas pornô?: a produção de subjetividades-vitrine no Cine Majestick (Fortaleza/CE)*. 2018. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2018.
- COLBARI, Antônia de L. “A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira”. In: *SINAIS - Revista eletrônica*. Vitória: CCHN, UFES, Edição especial de lançamento, n. 1, v. 1, pp.75-111, 2007.
- COLETIVO MASSAPÊ. *Guia (Co)Memorativo da Boa Vista*. Recife: Coletivo Massapê, 2021.
- CONNELL, Raewyn. *Masculinities* (segunda edição). Berkeley: University of California Press, 2005.
- CONTENTE, Renato. Enquadramentos do desejo homoerótico masculino: práticas biopolíticas nas autorrepresentações fotográficas dos perfis do Grindr no Recife. *Anais IV DESFAZENDO GÊNERO*. Campina Grande: Realize Editora, 2019. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/64103>>. Acesso em: 22/07/2023.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. *A Construção Mediada da Realidade*. São Leopoldo: Unisinos, 2020.

COULDRY, Nick; MEJIAS, Ulises. *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford: Stanford University Press, 2019.

CRARY, Jonathan. *24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono*. São Paulo: Ubu, 2016.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. *Revista Estudos Feministas*. Florianópolis, v. 10, n. 01, p. 171-188, jun. 2002.

D'ABREU, Lygia Cysne Frota. Pornografia, desigualdade de gênero e agressão sexual contra mulheres. In: *Psicol. Soc.* 25 (3), 2013.

DARDOT e LAVAL. *A nova razão do mundo – Ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo, Boitempo, 2016.

DURKHEIM, Émile. *O suicídio: estudo de sociologia*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

EBERSTADT, Mary. *Primal Screams: How the Sexual Revolution Created Identity Politics*. Filadélfia: Templeton Press, 2019

EHRENBERG, Alain. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida: Ideias e Letras, 2010.

FAYA, José Carlos Gonçalves. *Conceito de ética no livro “A ética protestante e o espírito do capitalismo” de Max Weber*. 69 f. Dissertação (Mestrado em Religião) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2008.

FEITOSA, Ricardo Sabóia; GARCÍA MANSO, Almudena. A Performatização de Masculinidades nas Capas de Sui Generis (1995-2000). *Culturas Midiáticas*, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 85–110, 2020.

FERRARI, Wendell. *Nas tramas da sexualidade: um estudo sobre trajetórias afetivo-sexuais de homens jovens gays*. Tese (Doutorado) - Curso de Saúde Coletiva, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2021.

FERREIRA SILVA, Rian Paulo. *A construção do ethos na promoção de si: uma análise de discurso do aplicativo de relacionamento Grindr*. Monografia (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2020.

FERREIRA, João Paulo. *Desejos commodificados: dos classificados aos perfis nos aplicativos na busca por parceiros do mesmo sexo*. 2017. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2017.

FONSECA, Vanessa Patriota da. *Subordinação (mal) camuflada: a dominação capitalista no trabalho em plataformas digitais*. Belo Horizonte: RTM, 2024.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade 1 – A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 2005.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade 2 – O uso dos prazeres*. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

FOUCAULT, Michel. *O Nascimento da Biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FRASER, Nancy. Reconhecimento sem ética?. *Lua Nova*, São Paulo, n. 70: 213-222, 2007.

GADELHA, Kaciano Barbosa. Para além da “pegação”: performatividade e espacialidade na produção de materialidades sexuais on-line. *Áskesis*, São Carlos, v. 4, n. 1, p. 56-73, 2015.

GAGO, Verónica. *La razón neoliberal: economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón, 2014.

GARLICK, Steve. A new sexual revolution? Critical theory, pornography, and the internet. *Canadian Review of Sociology*. Edmonton: University of Alberta, 2011.

GIROUX, Henry. Neoliberalism, corporate culture, and the promise of higher education: The university as a democratic public sphere. *Harvard Educational Review*, Cambridge, 72 (4):425–464, 2002.

GONÇALVES, Renato. *Estética, ética e semiótica do homoerotismo pós-HIV/AIDS: contribuições comunicacionais e semiopsicanalíticas para a saúde pública a partir do consumo digital da pornografia amadora*. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

GREEN, James. *Muito além do Carnaval – A homossexualidade masculina do Brasil do século XX*. São Paulo: Unesp, 2019.

HALBERSTAM, Jack. *A arte queer do fracasso*. Recife: Cepe, 2020.

HAMLIN, Cynthia; PETERS, Gabriel. Consumindo como uma garota: subjetivação e empoderamento na publicidade voltada para mulheres. *Lua Nova*, São Paulo, ed. 103, 2018.

HARVEY, David. *A brief history of neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press, 2005.

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna – Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 2008.

HONNETH, Axel. A textura da justiça: sobre os limites do procedimentalismo contemporâneo. *Civitas: Revista De Ciências Sociais*, 9(3), 2009.

HONNETH, Axel. Invisibility: On the Epistemology of “Recognition”. Unsichtbarkeit: Über die Moralische Epistemologie von “Anerkennung”. *Supplements of the Aristotel Intersubjektivität*. Frankfurt: Suhrkamp, 2003.

HONNETH, Axel. *Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais*. São Paulo: Ed. 34, 2013.

ILLOUZ, Eva. *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Cambridge: Polity, 2007.

ILLOUZ, Eva. *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

ILLOUZ, Eva. *Why love hurts: a Sociological Explanation*. Cambridge: Polity, 2012.

ILLOUZ, Eva. *Hard core romance: Fifty Shades of Grey, Best Sellers and Society*. Chicago: University of Chicago Press, 2014.

ILLOUZ, Eva. No coração pulsante da cultura – Entrevista com Eva Illouz. *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*, v. 6, n. 2, 2016, pp. 299-308.

ILLOUZ, Eva. *The End of Love: a Sociology of Negative Relations*. Nova Iorque: Oxford University Press EUA, 2019.

ILLOUZ, Eva; CABANAS, Edgar. *Happycracia – Fabricando cidadãos felizes*. São Paulo: Ubu, 2022.

ILLOUZ, Eva; KAPLAN, Dana. *What Is Sexual Capital?*. Cambridge: Polity Press, 2022.

JANUÁRIO, Soraya Barreto. *Masculinidades em (re)construção: Gênero, Corpo e Publicidade*. Covilhã: Labcom.ifp, 2016.

LARNER, Wendy. Neo-liberalism: Policy, Ideology, Governmentality. *Studies in Political Economy*. Londres, v. 63, p. 5–25, 2000.

LEAL, Tatiane. “Elas são muito emotivas”: representações de gênero, emoções e trabalho no discurso jornalístico. *Fronteiras-estudos midiáticos*, v. 18, n. 2, p. 170-179, 2016.

LEE, Susie. The History of On-line Dating From 1695 to Now. *Huffpost*, Nova Iorque, 14 de fev. de 2016. Disponível em: <[https://www.huffpost.com/entry/timeline-on-line-dating-fr\\_b\\_9228040](https://www.huffpost.com/entry/timeline-on-line-dating-fr_b_9228040)>. Acesso em: 20 de jan. de 2023.

LEITE, E. S.; MELO, N. M. E. “Uma nova noção de empresário: a naturalização do ‘empreendedor’”. *Rev. Sociologia Política*. Curitiba, v. 16, n. 31, p. 35-47, 2008.

LEMONS, Carolyne Santos. Teologia da Prosperidade e sua expansão pelo mundo. *Espaço Teológico*, Vol. 11, n. 20, p. 80-96, 2017.

LICOPPE, Christian; RIVIÈRE, Carole Anne; MOREL, Julien. “Grindr casual hook-ups as interactional achievements”. *New Media & Society*, Washington, pp. 1–19, 2015.

LUNA, João Carlos de Oliveira. *O Udigrudi da pernambucália: história e música do Recife (1968-1976)*. 205 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2010.

MACIEL, David. O Governo Collor e o neoliberalismo no Brasil (1990-1992). *Revista UFG*. Goiânia, n. 11, 2011, pp. 98-108.

MARCUSE, Herbert. *Razón y revolución: Hegel y el surgimiento de la teoría social*. Barcelona: Atalaya, 1972.

MARTES, Ana Cristina Braga. “Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor”. *Revista de Economia Política*, v. 30, n. 2 (118), pp 254-270, 2010.

MARTINS, Carla Benitez; FARIA, Catharina Gomes Araújo; MAMEDE, Renata de Mello. Neoliberalismo e recrudescimento da violência doméstica e familiar contra a mulher no Brasil: um estudo a partir da Teoria da Reprodução Social. *In: Seminário Internacional Fazendo Gênero*, 12, 2021, Florianópolis. Anais eletrônicos, 2021.

MCNAIR, Bruce. *Mediated Sex: Pornography and Postmodern Culture*. Londres: Arnold, 1996.

MELO, Sílvia. Surto da varíola dos macacos na Espanha tem ligação com sauna; entenda. *Catraca Livre*, São Paulo, 23 mai. 2022. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/saude-bem-estar/sauna-contaminacao-da-variola-dos-macacos/>. Acesso em: 12 jun. 2024)

MISKOLCI, Richard. “Novas conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais”. *Cronos*, Natal, n. 2, p. 09-22, 2011.

MISKOLCI, Richard. *Batalhas morais: política identitária na esfera pública técnico-midiatizada*. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

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

MISKOLCI, Richard. Do armário à descrição: regimes de visibilidade sexual das mídias de massa às digitais. In: Larissa Pelúcio *et al.* (org.). *No emaranhado da rede: gênero sexualidade e mídia: desafios teóricos e metodológicos do presente*. São Paulo: Annablume, 2015.

MISKOLCI, Richard. Estranhos no paraíso: notas sobre os usos de aplicativos de busca de parceiros sexuais em San Francisco. *cadernos pagu*, São Paulo, v. 47, 2016.

MISKOLCI, Richard. Muito além do negacionismo: desinformação durante a pandemia de Covid-19. *Sociologias*, Porto Alegre, volume 25, 2023.

MISKOLCI, Richard. Toda nudez será castigada?. *Com Ciência*, Dossiê Gênero, São Paulo, 2017b.

MISKOLCI, Richard; BALIEIRO, Fernando. “Sociologia Digital: balanço provisório e desafios”. *Revista Brasileira de Sociologia*, v. 6, n. 12, p.132-155, 2018.

MISKOLCI, Richard; MACHADO, Jorge. Das jornadas de junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. *Sociologia Antropologia*, 9 (3): 945-70, 2019.

MISKOLCI, Richard; PELÚCIO, Larissa (Orgs.). *Discursos fora da ordem - Sexualidade, saberes e direitos*. São Paulo: Annablume, 2012.

MISKOLCI, Richard; SIMÕES, Júlio Assis. “Apresentação: Sexualidades Disparatadas”. In Dossiê Sexualidades Disparatadas. *cadernos pagu*. N. 28. Campinas: Núcleo de Estudos de Gênero Pagu UNICAMP, n. 28, pp. 09-18, 2007.

MORELLI, Fábio; PEREIRA, Bruno. “A pornificação do corpo masculino Notas sobre o imperativo das imagens na busca entre homens por parceiros on-line”. *Civitas*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, pp. 187-203, 2018.

MOWLABOCUS, Sharif; HARBOTTLE, Justin; WITZEL, Charlie. Porn laid bare: gay men, pornography and bareback sex. *Sexualities*, [s.l.], v. 16, n. 5-6, p. 523-47. 2013.

MOWLABOCUS, S. *Gaydar Culture: Gay Men, Technology and Embodiment in the Digital Age*. Burlington: Ashgate, 2010.

MOWLABOCUS, Sharif. Cultura do Gaydar: torcendo a história da mídia digital na Grã-Bretanha do Século XX. In: Larissa Pelúcio *et al.* (orgs.). *No emaranhado da rede: gênero sexualidade e mídia: desafios teóricos e metodológicos do presente*. São Paulo: Annablume, 2015.

MOZDZENSKI, Leo. “Mulher como garoto-propaganda do Dia dos Pais”: outvertising e as retóricas LGBTfóbicas na publicidade e no comentariado homotransfóbico brasileiro. *Signos do Consumo*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 76-92, jul./dez. 2020.

MOZDZENSKI, Leo. *Outvertising: a publicidade fora do armário*. Curitiba: Appris, 2021.

MOZDZENSKI, Leonardo Pinheiro. *Outvertising – a publicidade fora do armário: Retóricas do consumo LGBT e Retóricas da publicidade lacração na contemporaneidade*. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019.

MULHOLLAND, Monique. *Young People and Pornography: Negotiating Pornification (Critical Studies in Gender, Sexuality, and Culture)*. Londres: Palgrave Macmillan, 2013.

NASCIMENTO, Luis Manuel Domingues do. *Inventário dos feitos modernizantes na cidade do Recife (1969 - 1975): sobre as mediações históricas e literárias entre a história recente do Recife, e o Romance: A Rainha dos Cárceres da Grécia, de Osman Lins*. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2004.

OLIVEIRA, D. A.; Sales, S. R. Pedagogia do erotismo no currículo bareback: a transgressão às normas do uso do preservativo nos vídeos pornôs. *Série Estudos - Periódico do Programa de Pós-Graduação em Educação da UCDB*, 27(61), 117–139, 2022.

PADILHA, Felipe André. *Entre macacos velhos e queerpiras: uma etnografia por entre as interfaaces dos aplicativos de busca por parceiros on-line no Interior Paulista*. 2019. Tese (Doutorado) – Curso de Sociologia, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2019.

PALAZÓN, Eloy. Autopornografías. Economías del Yo-gay en la pornoesfera. In: IBÁÑEZ, Sánchez Miguel; CANO, Moisés Fernández; BERNABEU, Aarón Pérez; PABLOS, Sergio Fernández de (org.). *MariCorners: Investigaciones queer en la academia*, 2019, pp. 381-404.

PANIGASSI, P. L. Axel Honneth e Nancy Fraser: dilemas entre o reconhecimento e a redistribuição. *Revista Sem Aspas, [S. l.]*, v. 9, n. 2, p. 231–246, 2021.

PELÚCIO, Larissa. *Amor em tempos de aplicativos: masculinidades heterossexuais e a nova economia do desejo*. São Paulo: Annablume, 2019.

PELÚCIO, Larissa. *Nos nervos, na carne, na pele: uma etnografia sobre prostituição travesti e o modelo preventivo de aids*. Tese (Doutorado) – Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2007.

PELÚCIO, Larissa. O amor em tempos de aplicativos: notas afetivas e metodológicas sobre pesquisas com mídias digitais. In: Larissa Pelúcio *et al.* (orgs.). *No emaranhado da rede: gênero sexualidade e mídia: desafios teóricos e metodológicos do presente*. São Paulo: Annablume, 2015.

PERLONGHER, Nestor. *O negócio do michê: a prostituição viril em São Paulo*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2008 [1987].

PORTELA, José Monique Ryba; CZOVNY, André Luiz Justus. Ponto de Encontro: análise de uma revista “trisssexual”. In: *Anais do 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo: SBPJor, 2022.

PRECIADO, Paul. *Manifesto contrassexual: práticas subversivas de identidade sexual*. São Paulo: n-1, 2017.

PRECIADO, Paul. *Testo junkie: sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica*. São Paulo: n-1, 2018.

PROHASKA, Ariane; GAILEY, Jeannine. Achieving masculinity through sexual predation: the case of hogging. *Journal of Gender Studies*, 19(1), pp. 13–25, 2010.

PRONOVOST, Gilles. *Introdução à sociologia do lazer*. São Paulo: Senac, 2011.

QUINALHA, Renan. *Contra a moral e os bons costumes: a ditadura e a repressão à comunidade LGBT*. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

RAJ, Senthoran. Grinding Bodies: Racial and Affective Economies of Online Queer Desire. *Critical Race and Whiteness Studies*, 7 (2), pp. 1–12, 2011.

RAMPTON, Mike. The history of phone sex. *The Maudern*, Novo México, 29 de nov. de 2022. Disponível em: <<https://getmaude.com/blogs/themaudern/the-history-of-phone-sex>>. Acesso em: 26 de jan. de 2023.

RICH, Adrienne. Heterossexualidade compulsória e existência lésbica. *Bagoas*, 5, p. 18-44, 2010.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. *A nova retórica do capital: a publicidade brasileira em tempos neoliberais*. São Paulo: Edusp, 2009.

RODRIGUES, Jorge Caê. *Impressões de identidade: um olhar sobre a imprensa gay no Brasil*. Niterói: EdUFF, 2010.

RODRIGUES, Marco Túlio. O Fenômeno do Empreendedorismo e as Teorias Organizacionais: Identificando a Interseção Teórica dos Domínios. *XXXI Encontro da ANPAD*, Rio de Janeiro, 2007.

ROJO, Luisa Martín; DEL PERCIO, Alfonso. *Language and Neoliberal Governmentality*. Londres: Routledge, 2019.

RUBIN, Gayle. The Miracle Mile: South of Market and Gay Male Leather, 1962-1997. *Reclaiming San Francisco: History, Politics, Culture*. São Francisco: City Lights, 1998.

SAFATLE, Vladimir; JUNIOR, Nelson da Silva; DUNKER, Christian. *Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico*. São Paulo: Autêntica, 2021.

SALLUM JR., Brasília. O Brasil sob Cardoso: neoliberalismo e desenvolvimentismo. *Tempo Social; Rev. Sociol. USP*, São Paulo, 11(2): pp. 23-47, 1999.

SANTAELLA, Lúcia. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, Andréa Pereira. *Comunidades gays do Orkut: encontros, confrontos e (re)construção de identidades*. Dissertação (Mestrado) – Curso de Ciências Sociais Aplicadas - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2009.

SARDOČ, Mitja. *The Impacts of Neoliberal Discourse and Language in Education*. Londres: Routledge, 2021.

SCHUMPETER, Joseph. *Teoria do Desenvolvimento Econômico – Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEGATO, Rita. *The Critique of Coloniality: Eight Essays*. Nova Iorque: Routledge, 2022.

SEIDMAN, I. *Interviewing as Qualitative Research*. Nova Iorque: Teachers College, 2006.

SELL, Carlos Eduardo. *Max Weber e a racionalização da vida*. Petrópolis: Vozes, 2013.

SHIN, Hyunjung; PARK, Joseph Sung-Yul. Researching language and neoliberalismo. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 37:5, 443-452, 2016.

SILVA, Fábio Ronaldo da; FIGUEIREDO JUNIOR, Paulo Matias de; ELIEZER JÚNIOR, Nélon. *A representação do viril nas capas da G Magazine*. Covilhã: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2008.

SILVA, Sandro José da. Cinema, bares e boates: a construção do gay e de novas sociabilidades entre homens que desejam outros homens no Recife dos

anos 70. *ANPUH – XXV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA*. Fortaleza, 2009.

SILVA, Sandro José da. *Quando ser gay era uma novidade: aspectos da homossexualidade masculina na cidade do Recife na década de 1970*. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em História – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2011.

SILVEIRA, Marcelo. O discurso da teologia da prosperidade em igrejas evangélicas pentecostais. Estudo da retórica e da argumentação no culto religioso. Tese (Doutorado) – Programa de Filologia e Língua Portuguesa, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SOUSA, Ana Beatriz Cordeiro. *Ghosting: uma discussão a partir das experiências de jovens e adultos/as portugueses/as*. 2023. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia Clínica e da Saúde, Universidade Fernando Pessoa, Porto, 2023.

SOUZA NETO, Eptácio Nunes de. *Entre boys e frangos: análise das performances de gênero dos homens que se prostituem em Recife*. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

SOUZA, Luiz Henrique Braúna Lopes de. *Festa no gueto? Memórias e discursos em torno do “mercado GLS” em Recife/PE*. Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

SRNICEK, Nick. (2016). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.

STINGEL, Doney Corteletti. *Teologia da Prosperidade: contribuição à crítica da religião neoliberal*. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Filosofia, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2020.

TAYLOR, Charles. *Multiculturalism & “the Politics of Recognition”*. Princeton: Princeton University Press, 1992.

TELES, José. *Soparia: de boteco a palco de todos os sons*. Recife: Cepe, 2023.

TREVISAN, João Silvério. *Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*. São Paulo: Objetiva, 2018.

VAN DIJCK, José. *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas.; WALL, Martijn. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Nova Iorque: Oxford University Press EUA, 2018.

VÁSQUEZ, Adolfo Sánchez. *Ética*. São Paulo: Civilização Brasileira, 2020.

VIDARTE, Paco. *Ética bicha: proclamações libertárias para uma militância LGBTQ*. São Paulo: n-1, 2019.

VIGOYA, Mara Viveros. *As cores da masculinidade: experiências interseccionais e práticas de poder na Nossa América*. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens, 2018.

WEBER, Max. *A ética protestante e o “espírito do capitalismo”*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

# ANEXOS

## ANEXO 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Qual sua idade?
2. Nasceu em que cidade? Mora em que cidade?
3. Em que você trabalha? Fez curso superior? Onde?
4. Qual a profissão dos seus pais?
5. Qual é seu estado civil?
6. Você tem filhos?
7. Qual é sua religião?
8. Qual é sua raça?
9. Qual é seu gênero? E sua orientação sexual?
10. Qual é o seu porte físico?
11. Como você começou a socializar e a se relacionar intimamente com outras pessoas?
12. Como foi sua vivência na sua cidade durante a infância/juventude?
13. Como é atualmente onde você mora?
14. Como é a sua relação com a família?
15. Você teve acesso à Internet desde cedo (em casa, casa de parentes, lan houses)?
16. O que você mais fazia na Internet?
17. A Internet te ajudou na descoberta da sua sexualidade? De quais maneiras?
18. Quais tecnologias você utilizava para ter contatos afetivos, fossem on-line ou offline? Por exemplo, salas de bate papo e Orkut.
19. Você chegou a conhecer pessoas pessoalmente ou mesmo se relacionar com elas dessa maneira?
20. Quais aplicativos para fins de paquera/pegação você usa atualmente?
21. O que mais te motiva a usar esses aplicativos?
22. O que você busca nesses aplicativos?
23. Você vem obtendo sucesso nessa busca?
24. Como você combina o uso desses aplicativos? Isto é, há uma determinada função/etapa para cada um dentro do processo de

- conseguir um parceiro? Por exemplo, além do Grindr, tem o Instagram, o Facebook, o Whatsapp...
25. Quais os piores e melhores aplicativos com fins de encontro/pegação pra você? Por quê?
  26. É importante para você ser desejável nesses espaços? Quais estratégias você usa para isso?
  27. Como você constrói o seu perfil em cada uma dessas redes/aplicativos?
  28. Por que há essas diferenças?
  29. Quantas horas por dia você usa os aplicativos? E usa todo dia?
  30. O que mais de atrai em uma pessoa fisicamente?
  31. E em relação a outras características?
  32. Você já usou informações ou fotos que não fossem suas nos aplicativos? Com que objetivo?
  33. Os aplicativos te ajudam a aliviar alguma crise ou situação estressante? De que maneira?
  34. Você acredita que está dentro de um padrão estabelecido por essas redes? Por quê?
  35. Como a percepção que você tem de você mesmo mudou com o uso dos aplicativos?
  36. Algo no teu corpo te incomoda?
  37. Como os aplicativos influenciam na sua relação com o seu corpo?
  38. Você acha que a raça ou a classe social influenciam na experiência do aplicativo?
  39. Já optou por não utilizar esses aplicativos por algum período? Se sim, como foi a experiência e o que te motivou a isso?
  40. De maneira geral, como você avalia esses aplicativos? Quais são os pontos positivos e negativos em utilizá-los?
  41. O que você faz pra se divertir? (Se não citar lugares LGBTs, perguntar se frequenta boates, saunas, cinemas, bares, etc.)
  42. Você já foi a algum point ou lugar de pegação? Se sim, você utilizou alguma rede social pra marcar o encontro?
  43. O que você busca nesses espaços que não encontra nos aplicativos? Há algo que você só encontra nos aplicativos?

44. Você já recebeu nudes ou vídeos íntimos de alguém? (E você já enviou? Já publicou em alguma rede social?)
45. Você já usou aplicativos de encontro para fins não sexuais? Por exemplo, para fins comerciais em ou em busca de amigos.
46. Já usou esses aplicativos fora do Recife?
47. No Recife, você já buscou falar com pessoas de outros bairros, cidades ou países?
48. Já saiu com alguém do aplicativo e depois foi ignorado ou ignorou essa pessoa?
49. E já bloqueou ou foi bloqueado? Em que situação?
50. Como você vê as relações amorosas nos dias atuais?
51. Você acha os ambientes dos aplicativos competitivos? Se sim, no que isso altera as relações atualmente?
52. Você acha que há um alto nível de exigência por parte dos usuários?
53. Você acha que os aplicativos e outras redes sociais ajudam ou prejudicam a superação de um término de relacionamento?
54. Você acha que os aplicativos podem aumentar a desconfiança ou o ciúme dentro de uma relação?
55. Você consome pornografia na Internet?
56. Você acha que a pornografia influencia na imagem que você tem de uma relação feliz ou de uma pessoa atraente?
57. Você acha que ter uma relação amorosa é uma parte fundamental da felicidade?
58. Você se sente pressionado para ser bem-sucedido no amor?
59. Para você, o que caracteriza uma pessoa feliz?
60. Você já teve relações sérias? Como você conheceu esse(s) parceiro(s) e como foi a experiência?

## **ANEXO 2 – LINHA DO TEMPO INTEGRAL**

Ano	Novidades técnicas	Mudanças nas plataformas	Interações midiaticizadas predominantes	Contexto político e social e marcos locais
1969	Criação da Internet (EUA).			Revolta de Stonewall, nos Estados Unidos, que seria considerada um dos marcos da Revolução Sexual.
1978	Satélite Navstar Global Positioning System, o GPS (EUA).		Ao publicar uma coluna de classificados que possibilitava a correspondência entre homossexuais de diferentes partes do país, o mensário <i>Lampião da Esquina</i> promoveu o que talvez seja o primeiro canal midiaticizado de circulação nacional com este fim. Cartas e telefonemas eram os desdobramentos dos contatos mediados pela publicação. Era também através de cartas e telefonemas que se mantinham contatos estabelecidos de forma presencial. Serviços de videotexto também possibilitavam a busca por parceiros afetivos e sexuais. No início dos anos 1990,	Período final da ditadura militar e luta pela anistia e redemocratização. Organização institucional de minorias sexuais, como o <b>Grupo de Afirmação Homossexual – Somos</b> . Lançamento do <i>Lampião da Esquina</i> (até 1981), com seção de classificados gay. Primeiros casos de aids, neste ano e no anterior, nos EUA, Haiti e África Central.
1979				Consolidação de um circuito de lazer urbano homossexual na maior parte das capitais brasileiras. No Recife, é aberta a primeira grande boate do segmento: a <b>Misty</b> <sup>109</sup> . Último ditador militar assume presidência até 1985. A política conservadora Margareth Thatcher assume o cargo de primeira-ministra da Inglaterra até 1990. Sua postura em relação à aids foi reticente, com alegadas tentativas de veto a

<sup>109</sup> De acordo com Emanuel Bento (2021), o espaço, que funcionou de 1979 até 1993, marcou uma geração ao funcionar como uma espécie de centro cultural que agregava discotecagem de música eletrônica, teatro, shows de transformistas e dança. Foi o nascedouro do polo da noite “GLS” da capital, associado até os dias atuais ao trecho entre a rua das Ninfas e a avenida Manoel Borba, no bairro da Boa Vista, e arredores. Na imprensa da época, pouco após a sua abertura, a boate seria comparada à Medieval, de São Paulo, e à Studio 54, de Nova Iorque.

			telefones e cartas seguiram ocupando o posto de principais opções para conhecer outros homossexuais, com o crescimento de serviços de disk-sexo e disk-amizade e iniciativas como o clube postal More Fun.	campanhas governamentais.
<b>1980</b>	Máquina de fax.			Pandemia de <b>aids</b> . Primeiro caso no Brasil, que só é classificado enquanto tal em 1982. Fundação do <b>Grupo Gay da Bahia</b> e do pernambucano <b>Grupo de Atuação Homossexual (GATHO)</b> .
<b>1981</b>	Primeiros computadores pessoais chegam ao país. Lançamento de câmeras Polaroid.			Revista <i>Rose</i> , fundada em 1979, deixa linha editorial feminina e foca no público homossexual, com seção de classificados gay e ensaios de homens nus. O político conservador Ronald Reagan assume a presidência dos Estados Unidos até 1989. Seu mandato seria marcado por uma omissão deliberada em relação à aids, que era tratada por assessores, de maneira jocosa, como “peste gay”.
<b>1982</b>	Minitel é lançado na França. No Brasil, há testes dos projetos Ciranda, da Embratel, e Videotexto, da Telesp, semelhantes ao Minitel. Lançamento do primeiro			Levante lésbico no Ferro’s Bar, em São Paulo.

	vídeocassete brasileiro de uso doméstico, que ampliou e tornou mais privado o consumo de conteúdo erótico e pornográfico.			
<b>1983</b>				Primeiro caso de aids é registrado em Pernambuco. Parte da imprensa nacional adere ao termo “peste gay” para se referir à doença.
<b>1984</b>	Apple lança Macintosh.			Comícios das Diretas Já.
<b>1985</b>	Implementação dos projetos Cirandão, da Embratel, e Videotexto, da Telesp.			Conselho Federal de Medicina despatologiza homossexualidade. Criação do Grupo de Apoio à Prevenção à aids (GAPA), reorganização do movimento gay e Programa Nacional de Doenças Sexualmente Transmissíveis e aids. Eleito indiretamente, Tancredo Neves morre antes de tomar posse. José Sarney, então, assume a presidência até 1990. Conselho Federal de Medicina despatologiza homossexualidade.
<b>1986</b>	Lançamento de câmeras fotográficas			Lançamento do livro <i>Devassos no Paraíso</i> , de João Silvério Trevisan.

	descartáveis.			
<b>1989</b>				Papa João Paulo II condena uso de camisinha para aids. Morte do ator Lauro Corona, em decorrência da aids. Cinemas de rua do Centro do Recife se convertem em “cinemões”. Primeira eleição direta para presidente em 25 anos.
<b>1990</b>	Chegada do primeiro aparelho celular no Brasil.	Popularização de canais de disk-sexo e disk-amizade. Em geral, esses serviços detinham o prefixo 0900, extinto no final da década.		OMS despatologiza a homossexualidade. Primeiro beijo gay da TV aberta é exibido na novela <i>Mãe de Santo</i> , da Rede Manchete. Morte do cantor Cazuza, em decorrência da aids. Fernando Collor de Melo assume presidência após ganhar pleito de Lula.
<b>1991</b>	Criação do WWW.			Morte do cantor Freddie Mercury, em decorrência da aids.
<b>1992</b>	Chegada do pager no Brasil.			Efervescência cultural no Recife ligada ao movimento Manguebeat. Após impeachment de Collor, o vice Itamar Franco assume a presidência.
<b>1994</b>		Serviço postal do clube More Fun, de São Paulo, que promovia o intercâmbio de cartas entre homossexuais em		No Recife, após o fechamento da boate Misty, no ano anterior, é aberta a Doktor Froid, no mesmo endereço. Isso contribuiria para consolidar a rua das Ninfas e

		busca de parceiros. Chegou a ter 400 membros no país.		arredores, no bairro da Boa Vista, como um reconhecido point de socialização homossexual.
<b>1995</b>	Chegada da Internet comercial no Brasil. Até meados dos anos 2000, a conexão dependia de um computador de mesa com linha telefônica fixa. Chegada da tecnologia VoIP, que passou a viabilizar ligações via Internet.	<b>Match.com</b> (EUA), <b>Amazon</b> (EUA) e rede de bate-papo e compartilhamento de arquivos <b>mIRC*</b> . Esta última se popularizaria no Brasil entre o fim dos anos 1990 e início dos 2000, inclusive com salas sexualmente segmentadas e troca de imagens eróticas.		Início do governo Fernando Henrique Cardoso (até 2001). A então deputada federal Marta Suplicy propõe projeto de lei que regulamenta a união civil homoafetiva. Lançamento da revista <i>SuiGeneris</i> , em circulação até 2000. A boate Doktor Froid passa a oferecer computadores conectados à Internet durante eventos noturnos no serviço Divã Cibernético, no qual se podia acessar salas de bate-papo, e-mails e sites de revistas eróticas.
<b>1996</b>		<b>Bate-papo UOL*</b> (Brasil) e <b>ICQ*</b> (Israel). Lançamento dos primeiros serviços de e-mail gratuitos: <b>Hotmail*</b> (EUA), e Brasil On-line ( <b>BOL</b> ).		Aprovação da lei de acesso ao coquetel <b>antirretroviral</b> via SUS, proposta pelo então senador José Sarney. Morte do cantor Renato Russo, em decorrência da aids.
<b>1997</b>	Serviço de banda larga residencial, que se popularizaria nos anos 2000, e formato de mídia DVD, tecnologias que	<b>Gay.com</b> (EUA).		Primeira Parada do Orgulho LGBT de São Paulo. Revista <b>G Magazine*</b> (extinta em 2013), com seções de classificados homossexuais até 2000. No mesmo ano, são lançadas as

	facilitariam a circulação de pornografia.			revistas nacionais <i>Homens</i> , <i>Billy</i> , <i>Über</i> e <i>For Guys</i> . Abertura da sauna Termas Boa Vista*.
<b>1998</b>	Popularização de scanners. Privatização da Telebrás e ampliação de acesso à telefonia fixa.	<b>Google*</b> (EUA).		Abertura do Shopping Boa Vista*, cujas salas de cinema e praças de alimentação passam a ser ponto de encontro de homossexuais. Primeira lan house do país, em São Paulo.
<b>1999</b>	Serviço de SMS, redes de compartilhamento de arquivos peer-to-peer (P2P) e primeiro serviço de telefonia pré-pago do país. Softwares P2P como o Kazaa e o eMule viriam a ser mais populares no Brasil do que o Napster, sendo utilizados para troca de arquivos de imagens, áudio e pequenos vídeos, inclusive de caráter pornográfico.	<b>MSN Messenger*</b> (EUA), <b>Napster</b> (EUA) e <b>Gaydar</b> (Inglaterra).	O serviço de SMS em celulares e o MSN Messenger em computadores foram canais importantes de comunicação em decorrência do senso de privacidade e intimidade que eles possibilitavam entre os seus usuários. Eram também alternativas mais econômicas em uma época em que ligações entre celulares tinham um alto custo. Nos relatos dos informantes, a troca de contas do MSN Messenger era vista como uma etapa importante após se conhecer alguém de forma	Conselho Federal de Psicologia despatologiza homossexualidade e assinala que condição não se trata de “doença”, “distúrbio” ou “perversão”.

			presencial, uma vez que possibilitava interações contínuas e, em muitos casos, a longo prazo.	
<b>2000</b>	Lançamento do primeiro celular com câmera no Japão.	Serviço de mensagem de texto <b>blah!</b> (Brasil), da operadora Tim, é lançado, constituindo o primeiro canal móvel com a possibilidade de bate-papo com desconhecidos.		Gradual popularização de lan houses no Nordeste. Abertura da boate Meu Kaso Bar (MKB), que demarca um novo point de socialização homossexual, de caráter mais popular, no bairro da Boa Vista, entre as ruas do Riachuelo e Corredor do Bispo. A partir de 2007, uma série de bares deste segmento abririam na região.
<b>2001</b>	Programa operacional Windows XP, utilizado nos computadores de mesa mais acessíveis, que incluía o MSN Messenger pré-instalado.	<b>Manhunt</b> (EUA), site que veio a ser pioneiro em tecnologia de geolocalização, <b>Kazaa*</b> (Estônia) e <b>Wikipédia</b> (EUA).		O estado de São Paulo promulga lei que pune administrativamente discriminação sexual e de gênero.
<b>2002</b>	Popularização de câmeras fotográficas digitais e webcams. Chegada das tecnologias móveis GSM (2G) e GPRS	<b>Fotolog*</b> (EUA), <b>eMule*</b> (EUA), <b>Dudesnude</b> (EUA), <b>PlanetRomeo</b> (Alemanha) e <b>Ashley Madison</b> (Canadá).		Início do governo Lula (até 2009). Primeira Parada do Orgulho LGBT de Pernambuco. Lei Municipal contra discriminação sexual em estabelecimentos comerciais do Recife. Abertura do Club

	(2,5G), que tornariam a conexão mais acessível e veloz. Chegada do BlackBerry, com teclado alfanumérico físico e acesso a e-mails.			Metrópole* no mesmo espaço das predecessoras Misty e Doktor Froid, na rua das Ninfas. A partir de 2011, abririam novos bares deste segmento nos arredores da boate, o que seria popularmente denominado Complexo Ninfas.
<b>2003</b>		<b>Skype*</b> (Luxemburgo), <b>LinkedIn</b> (EUA) e <b>Disponível.com</b> (Brasil).		A empresária Maria do Céu, que foi proprietária da Doktor Froid e atualmente gere a Metrópole, promove um espaço temático com o nome desta última no Carnaval de Olinda, na rua Treze de Maio. A ação, que durou três anos, acarretou a consolidação do logradouro como uma localidade voltada para o público LGBT nos quatro dias da folia olindense.
<b>2004</b>	Internet móvel 3G.	<b>Orkut*</b> (EUA), <b>Facebook*</b> (EUA), <b>OkCupid</b> (EUA) e <b>Flogão*</b> (Brasil).		Criação dos programas Universidade para Todos (ProUni) e Brasil Sem Homofobia.
<b>2005</b>		<b>YouTube*</b> (EUA).		<i>O segredo de Brokeback Mountain</i> (EUA), de Ang Lee, é indicado a oito Oscars e leva três estatuetas.
<b>2006</b>		<b>Twitter*</b> (EUA) e <b>Pornotube*</b> (EUA).		A então deputada federal Iara Bernardi propõe projeto de criminalização da homofobia.
<b>2007</b>	Popularização de celulares com	<b>XVideos*</b> (República Tcheca) e <b>Netflix</b> (EUA).		Primeiro registro oficial do termo “ideologia de gênero”, em

	câmera. Lançamento do iPhone 1.0, primeiro com tela sensível ao toque.			documento apresentado por líderes católicos em evento latino-americano.
<b>2008</b>	Lançamento dos sistemas para smartphones <b>iOS com GPS</b> (iPhone 2.0) e <b>Android</b> . Chegada do iPhone ao Brasil.	Chegada do Facebook ao Brasil.		Crise financeira global de 2008.
<b>2009</b>	Chegada do primeiro smartphone com Android no Brasil (Motorola DEXT). Com uma diversidade mais ampla de modelos e preços, que seriam disponibilizados gradualmente no mercado, este sistema operacional contribuiria para popularizar o acesso a smartphones e, conseqüentemente, a aplicativos móveis e redes sociais.	<b>Grindr*</b> (EUA), <b>WhatsApp*</b> (EUA), <b>Uber</b> (EUA) e os sites de streaming de webcam <b>Omegle*</b> (EUA) e <b>Chatroulette*</b> (Rússia).	Aplicativos de encontro se tornam, gradualmente, a forma de interação mediatizada dominante na busca por parceiros sexuais e afetivos. As formas de conhecer pessoas na Internet pré-conectividade comercial consolidada na década de 2010 se davam por etapas até ocorrer um encontro efetivo. A chegada de <i>apps</i> que cortam parte dessas etapas tendeu a simplificar e encurtar a comunicação e o conhecimento entre as pessoas. Trata-se de uma lógica de eficiência	

			neoliberal que entrou em cena com <i>apps</i> de pegação, induzindo ao imediato, ao sexual e inibindo ou dificultando os processos de trocas anteriores ao encontro face a face.	
<b>2010</b>		<b>Scruff*</b> (EUA), <b>Growlr*</b> (EUA), <b>Instagram*</b> (EUA) e <b>Sexlog</b> (Brasil).	Uma maior diversidade de aplicativos de encontro voltados para homossexuais passa a existir e o ramo se torna mais segmentado e competitivo. O surgimento do Instagram, inicialmente restrito a aparelhos com sistema iOS, enfatiza a centralidade das imagens nas interações via redes sociais, o que se reflete nas demais plataformas, como em aplicativos de encontro.	Início do governo Dilma Rousseff (até 2016). Vazamento de documentos do Wikileaks. No Recife, tem início uma série de festas voltadas para o público LGBT jovem*.
<b>2011</b>		<b>Hornet*</b> (EUA) e <b>Snapchat</b> (EUA).	A atmosfera de segredo e discrição dos posts efêmeros do Snapchat se torna um meio propício para o flerte on-line, inclusive entre pessoas que se conhecem. A lógica do app seria reproduzida em diversas outras plataformas,	STF reconhece união estável entre casais do mesmo sexo. Ataque conservador ao Projeto Escola sem Homofobia, classificado como “kit gay”. Ministério da Saúde, institui, no âmbito do SUS, a política Nacional de Saúde Integral de LGBTs.

			como os stories e as mensagens de visualização única do Instagram.	
<b>2012</b>		<b>Tinder*</b> (EUA) e <b>Hinge</b> (EUA). Instagram amplia alcance ao ser disponibilizado para sistema Android.		Lei de Cotas em universidades federais.
<b>2013</b>	Internet móvel 4G.	<b>Telegram*</b> (Rússia). Descontinuação do MSN Messenger.		Conselho Nacional de Justiça legaliza o casamento homoafetivo. Manifestações de Junho. Primeiro beijo entre homens da Rede Globo, na novela <i>Amor à vida</i> . Criação do Conselho Estadual LGBT de Pernambuco.
<b>2014</b>		Descontinuação do Orkut. <b>Happn*</b> (França) e <b>Bumble</b> (EUA).		Lei que criminaliza discriminação contra pessoas com HIV/aids.
<b>2015</b>				Criação da Política Estadual de Saúde da População LGBT de Pernambuco e do Conselho Nacional de Combate à Discriminação e Promoção dos Direitos de LGBTs.
<b>2016</b>		<b>Tiktok</b> (China), <b>3Fun</b> (EUA) e <b>OnlyFans</b> (Inglaterra).		Golpe político-judiciário contra Dilma Rousseff.
<b>2017</b>				Donald Trump assume a presidência dos EUA até 2021.
<b>2018</b>		<b>Ysos</b> (Brasil), aplicativo		Início do governo Bolsonaro (até

		voltado para casais e pessoas que buscam se relacionar com casais, é lançado pela Sexlog.		2022). Prisão de Lula em decorrência da Operação Lava-Jata. Tratamento de Profilaxia Pré-Exposição (PrEP) via SUS. Caso Facebook/Cambridge Analytica. Vazamento de dados do Grindr. Criação do Plano Estadual de Promoção dos Direitos da População LGBT de Pernambuco.
<b>2019</b>	Computador quântico da IBM.			STF suspende terapias de reversão sexual (“cura gay”) criminaliza LGBTfobia, com equiparação a crimes de racismo. OMS despatologiza transexualidade. Vaza Jato.
<b>2020</b>				Eclosão da pandemia de Covid-19. STF anula restrições à doação de sangue por homossexuais.
<b>2022</b>	Internet móvel 5G e lançamento do ChatGTP (OpenAI).			Surto de varíola dos macacos.
<b>2023</b>	Lançamento do Chat GTP-4 (OpenAI).			Início do terceiro governo Lula.
<b>2024</b>	Lançamento do NotebookLM (Google).			

\*Plataformas, publicações, serviços, eventos ou lugares mencionados pelos informantes nas entrevistas.

Fonte: autoria própria.

