

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

FELIPE ANDRÉ PADILHA

**ENTRE MACACOS VELHOS E QUEERPIRAS:
UMA ETNOGRAFIA POR ENTRE AS INTERFACES DOS APLICATIVOS DE
BUSCA POR PARCEIROS ONLINE NO INTERIOR PAULISTA**

**SÃO CARLOS
2019**

FELIPE ANDRÉ PADILHA

ENTRE MACACOS VELHOS E QUEERPIRAS:
UMA ETNOGRAFIA POR ENTRE AS INTERFACES DOS SERVIÇOS COMERCIAIS
DE BUSCA POR PARCEIROS ONLINE NO INTERIOR PAULISTA

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Richard Miskolci

SÃO CARLOS

2019

Padilha, Felipe André

ENTRE MACACOS VELHOS E QUEERPIRAS: UMA ETNOGRAFIA
POR ENTRE AS INTERFACES DOS APLICATIVOS DE BUSCA POR
PARCEIROS ONLINE NO INTERIOR PAULISTA / Felipe André Padilha. --
2019.

203 f. : 30 cm.

Tese (doutorado)-Universidade Federal de São Carlos, campus São Carlos,
São Carlos

Orientador: Richard Miskolci

Banca examinadora: Profa. Dra. Iara Aparecida Beleli, Profa. Dra. Larissa
Maués Pelício Silva, Profa. Dra. Samira Feldman Marzochi, Prof. Dr. Jorge
Leite Junior.

Bibliografia

1. Sociologia. 2. Mídias Digitais. 3. Etnografia. I. Orientador. II.
Universidade Federal de São Carlos. III. Título.

Ficha catalográfica elaborada pelo Programa de Geração Automática da Secretaria Geral de Informática (SIn).

DADOS FORNECIDOS PELO(A) AUTOR(A)

Bibliotecário(a) Responsável: Ronildo Santos Prado – CRB/8 7325



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Sociologia

Folha de Aprovação

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Tese de Doutorado do candidato Felipe André Padilha, realizada em 22/04/2019:

Prof. Dr. Richard Miskolci Escudéim
UFSCar

Profa. Dra. Lara Aparecida Belell
UNICAMP

Profa. Dra. Larissa Maués Felício Silva
UNESP

Profa. Dra. Samira Feldman Marzochi
UFSCar

Prof. Dr. Jorge Leite Junior
UFSCar

Certifico que a defesa realizou-se com a participação à distância de dois (2) membro(s) Lara Aparecida Belell e, depois das angüições e deliberações realizadas, o(s) participante(s) a distância está(ão) de acordo com o conteúdo do parecer da banca examinadora redigido neste relatório de defesa.

Prof. Dr. Richard Miskolci Escudéim

Para minha amada Maria Luiza

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos pela minha formação e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico Tecnológico (CNPq) pela bolsa concedida para a execução desta pesquisa.

Agradeço ao meu orientador Professor Doutor Richard Miskolci pelas inspirações e transpirações maiores ainda. Obrigado, caro Richard, por ser generoso, atento, pelo profissionalismo sem igual, sua marca registrada. Eu também fui modelado pelo contato com você.

Agradeço à Professora Dra Larissa Pelúcio pela presença na minha banca de qualificação, pelas sugestões, pelas questões desafiadoras, sempre apresentadas com tanto entusiasmo. Agradeço à Professora Dra Iara Beleli pela participação na banca de defesa do doutorado, assim como na banca de mestrado. Agradeço à Professora Samira Feldman Marzochi pela participação na banca de qualificação e defesa, mas também pelas sugestões tão afortunadas. Agradeço ao Professor Dr. Jorge Leite Júnior por ter me acompanhado desde o mestrado sendo inspiração para muitas das discussões que apresento aqui.

Agradeço aos professores e às professoras do PPGS-UFSCar pelas lições aprendidas e pelas aulas inquietantes. Agradeço especialmente ao Professor Dr. Valter Roberto Silvério por ter me apresentado muitos dos textos aos quais recorri, sobretudo, na temática do reconhecimento. Agradeço Professor Dr. Gabriel Feltran pelas inesquecíveis aulas na disciplina sobre Simmel.

Agradeço a Alexandra Asanovna Elbakyan, mulher desobediente e criativa, criadora do Sci-Hub, por ter usado a tecnologia para libertar o conhecimento das garras do mercado deixando-o livre para circular. Querida, eu não te conheço, mas sem a sua ferramenta eu jamais teria conseguido os textos. Muito obrigado.

Também sou igualmente grato ao meu pai e à minha mãe, mulher forte que modela a vida! Agradeço ao meu irmão Bruno, o Neco, e à minha amada irmã Joanna. Somos muito diferentes, mas muito parecidos. Mãe, eu nunca vou conseguir te agradecer por tudo.

Agradeço também à minha tia Alexandra, a Lé, por ser sempre presente, doce e carinhosa. Agradeço aos meus tios, primos, tias e primas, menos aqueles que votaram você sabe em quem.

Agradeço às minhas amigas do STF, verdadeiros tratores! Sem vocês me atropelando diariamente no grupo do Whatsapp eu jamais conseguiria melhorar. Kat, Bino, Pé, Dreekah e Nádea, vocês são demais! Em especial, preciso agradecer duas membras da trupe: Lara,

obrigado por ser a minha companheira de aflições e aventuras, obrigado por acreditar que se a gente pegar para fazer escreve sim; e Carol, eu não tenho palavras para agradecer o que você fez por mim na reta final desta tese, acho que sem você eu teria sucumbido e eu jamais me esquecerei.

Agradeço também à amada Patrícia, meu ombro amigo. Aos queridos Bruno, Calabrez, Boêmia, obrigado! À querida Malu, que mesmo longe, mora no meu coração.

Sou grato a todos e todas as colegas do PPGS que me acompanharam nessa caminhada. Em especial, agradeço ao Felipe Rangel, Luana, João Paulo da Silva, Luiz H. Miguel, Camila Pieri, pessoas queridas que espero ter sempre ao meu lado.

Agradeço ao Rafa pelos mapas e à querida Anna Paula Vencato pelas trocas valiosas.

Agradeço ao meu amado Clever Jr, o ombro amigo e a reserva de carinho e afeto que me tranquiliza no meio da tempestade. Obrigado por entender que minha ansiedade transborda e que eu penso com a inquietude do meu corpo.

Por fim, agradeço à minha amada e saudosa avó Maria Luiza, que dezenas de vezes combinou comigo que iria assistir a banca de defesa. A vida nos separou, querida e eu estou aqui morrendo de saudades de você.

Agradeço a todos os meus colegas e minhas colegas que direta ou indiretamente me trouxeram até esse papel. Mas agradeço principalmente ao Presidente Luiz Inácio Lula da Silva e à Presidenta Dilma Rousseff por acreditarem que, com as condições adequadas, nós chegaríamos lá. Eu também sou resultado desse projeto.

Obrigado.

Questionar a moldura significa mostrar que ela nunca conteve de fato a cena que se propunha a ilustrar, que já havia algo de fora, que tornava o próprio sentido de dentro reconhecível.

Judith Butler

[...] aquela distância que só liga na medida em que ao mesmo tempo separa.

Georg Simmel

RESUMO

Esta tese é uma etnografia dos usos sociais dos aplicativos de busca por parceiros no interior paulista e argumenta que os usos sociais das mídias digitais se constituem como dispositivos de mediação dos sujeitos. O campo de pesquisa é construído a partir da rede de conexões que estabeleço com meus interlocutores: homens nascidos entre as décadas de 1975 e 2000, de classes populares, que vivem no interior paulista e que fazem uso de serviços comerciais de busca por parceiros para homens gays. A partir das conexões entre meus interlocutores e as interfaces, proponho uma abordagem etnográfica dos usos sociais dos Apps. A etnografia apresenta e analisa as maneiras como essas tecnologias são modeladas pelos contextos nos quais são usadas. A tecnologia gera oportunidades, mas também consequências com as quais os sujeitos são forçados a lidar. O digital gera novas questões, abordagens, condições e também contingências para a pesquisa de campo. A tese mobiliza um conjunto diverso de perspectivas sobre a etnografia com e nas mídias digitais e propõe uma compreensão do campo como rede e, longe de buscar respostas cabais, pretende esmiuçar um quadro teórico-metodológico emergente para tratar de campos inteiros ou parcialmente construídos pela tecnologia. O trabalho busca esmiuçar as lógicas subjacentes às plataformas. Recorrendo a fontes culturais, históricas e sociológicas, apresento uma história dos serviços comerciais de busca por parceiros que conecta formas preexistentes com as que se desempenham nas mídias digitais. Os usos situados em contextos empíricos mostram como os sujeitos mobilizam a tecnologia também para responder às contingências que os cercam. A etnografia mostra como, sobretudo para os homens que vivem suas experiências sexuais com outros homens em segredo, as interfaces digitais podem ser lidas como um ambiente privado e seguro, mas que exige do sujeito uma postura de controle ativo sobre a situação social. A hipótese explorada é que os aplicativos geram um procedimento para as interações sociais e, ao fazê-lo legitimam as práticas que engendram. Além disso, assim como ocorre com as interfaces, as subjetividades e os procedimentos adotados para as interações intersubjetivas são também socialmente modelados e deslocados pelos usos, na medida em que as formas de interação aqui empreendidas são instrumentalizadas para a busca por parceiros dentro de um conjunto de normas previamente estabelecidas e reforçadas. Uma vez que é a partir da materialidade das interfaces que os sujeitos se reconhecem, ao gerar um procedimento para as relações intersubjetivas, os aplicativos também se constituem como fragmentos materializados da subjetividade.

Palavras-chave: Comunidades Rurais. Aplicativos de busca por parceiros. Reconhecimento. Mídias Digitais. Etnografia.

ABSTRACT

TITLE: BETWEEN *MACACOS VELHOS* AND *QUEERPIRAS*: AN ETHNOGRAPHY AMONG INTERFACES OF COMMERCIAL SEARCH SERVICES ONLINE IN SAO PAULO COUNTRYSIDE

This thesis is an ethnography of the social uses of applications for partner's search in the countryside of Sao Paulo state, and argues that the social uses of digital media constitute themselves as mediatization devices of subjects. The research field is built from the network of connections that I establish with my interlocutors: men born between the decades of 1975 and 2000, of the popular classes, who live in the countryside of Sao Paulo and who use commercial services for partner's search for gay men. From the connections between my interlocutors and the interfaces, I propose an ethnographic approach to the social uses of apps. The ethnography presents and analyzes the ways in which these technologies are shaped by the contexts in which they are used. Technology generates opportunities, but also consequences that the subjects are forced to deal with. The "digital" generates new questions, approaches, conditions and also contingencies for the field research. The thesis mobilizes a diverse set of perspectives on ethnography alongside and inside digital media and proposes an understanding of the field as a network and, far from seeking a complete answer, intends to break apart an emerging theoretical-methodological framework to deal with fields wholly or partially constructed by technology. The work seeks to investigate the underlying rationale behind the platforms. Drawing on cultural, historical and sociological sources, I present a history of commercial services for partner search that connects preexisting forms with those in digital media. The uses placed in empirical contexts show how the subjects mobilize the technology also to respond to the contingencies that surround them. The ethnography shows how for men, especially those who live their sexual experiences with other men in secret, the digital interfaces can be read as a private and safe environment, but which requires the subject to take an active control position on the social situation. The explored hypothesis is that the applications generate a procedure for social interactions and, in doing so, legitimize the practices that engender. Furthermore, as occurs with the interfaces, the subjectivities and procedures adopted for intersubjective interactions are also socially modeled and displaced by its uses, as far as the forms of interaction undertaken here are instrumentalized for partner's search within a set of previously established and enforced standards. Since it is from the materiality of the interfaces that subjects recognize themselves, by generating a procedure for intersubjective relations, applications are also constituted as materialized fragments of subjectivity.

Keywords: Rural Communities. Partner Search Apps. Recognition. Digital media. Ethnography.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 1 - DESCRIÇÃO DOS MUNICÍPIOS	54
QUADRO 2 - CATEGORIAS DE AUTODESCRIÇÃO	132
QUADRO 3 - CATEGORIAS AUTODESCRITIVAS DE IDENTIDADE	133
QUADRO 4 - CATEGORIAS AUTODESCRITIVAS DE SAÚDE SEXUAL	135
QUADRO 5 - CATEGORIAS AUTODESCRITIVAS DE TRIBOS	143

LISTA DE TABELAS

FIGURA 1- MAPA DOS MUNICÍPIOS SELECIONADOS	42
FIGURA 2 - INTERFACE DO SITE	113
FIGURA 3 - IMAGEM PUBLICITÁRIA DO APLICATIVO GRINDR NA INTERNET.	131
FIGURA 4 - BOTÕES DE TAPS	143

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	14
1 UMA PESQUISA POR ENTRE AS INTERFACES DO DESEJO.....	17
1.1 DELIMITANDO O PROBLEMA DE PESQUISA	17
1.2 A CONSTRUÇÃO DO CAMPO ETNOGRÁFICO.....	19
1.3 DEFINIÇÃO DO OBJETO, OBJETIVOS E PRESSUPOSTOS DA PESQUISA.....	35
1.4 O TERRITÓRIO DA PESQUISA: CARACTERÍSTICAS SOCIOESPACIAIS DA REGIÃO DE SÃO CARLOS	40
1.5 CRITÉRIOS E ESTRATÉGIAS DE PESQUISA.....	46
1.6 A PESQUISA DE CAMPO.....	53
2 UMA ETNOGRAFIA DOS USOS SOCIAIS DAS MÍDIAS DIGITAIS	64
2.1 OS USOS SOCIAIS DOS APPS.....	67
2.2 PARADIGMA DAS MOBILIDADES	70
2.3 GEORREFERENCIAMENTO, POSICIONAMENTO E POSICIONALIDADE	72
2.4 CARACTERÍSTICAS DA CONEXÃO COM PROXIMIDADE	75
2.5 ETNOGRAFIA DIGITAL	77
2.6 O CAMPO COMO REDE.....	82
2.7 PARTICULARIDADES DA MEDIAÇÃO DIGITAL.....	91
3 HISTORICIZANDO A TECNOLOGIA E AS PRÁTICAS SOCIAIS.....	95
3.1 FRAGMENTOS SOBRE A HISTÓRIA DA Busca por parceiros NO INTERIOR PAULISTA.....	95
3.2 CONEXÕES PARCIAIS ENTRE TECNOLOGIA, MERCADO E ESTRATÉGIAS DE USO	98
3.3 O SEXO NAS REDES: AS PLATAFORMAS DE RELACIONAMENTO ONLINE E A PORNOGRAFIA.....	107
3.4 DO DISPONÍVEL.COM À DISPONIBILIDADE DO SEXO PELOS APLICATIVOS.....	111
4 INTERFACES ENTRE TECNOLOGIA, SEXUALIDADE E INTIMIDADE	123
4.1 SIGNIFICADOS CULTURAIS ASSOCIADOS À Busca por parceiros	123
4.2 CONFORMANDO-SE COM A INTERFACE OU SE CONFORME À INTERFACE	125
4.3 UMA ANÁLISE SOCIOLÓGICA DA INTERFACE DO APLICATIVO GRINDR.....	130
4.4 TECNOLOGIA E FORMA CULTURAL: APONTAMENTOS SOBRE A MODELAGEM SOCIAL DA INTERFACE, O CASO DO APLICATIVO GRINDR	141

4.5 APONTAMENTOS SOBRE A MODELAGEM CULTURAL DOS PERFIS PRODUZIDOS NOS SERVIÇOS COMERCIAIS DE Busca por parceiros ONLINE PARA HOMENS GAYS	146
5 NÃO É SÓ ENTRETENIMENTO – OBSERVAÇÕES PARA UMA SOCIOLOGIA DOS USOS SOCIAIS DOS SERVIÇOS COMERCIAIS DE Busca por parceiros ONLINE	157
5.1 COWBOYS, COWBICHAS E QUEERPIRAS	158
5.2 BONITO DE CORPO	173
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	186
REFERÊNCIAS	191

APRESENTAÇÃO

A internet tem com frequência sido tomada estabelecendo um paralelismo com o espaço público. Como se fossem novos espaços públicos. Entretanto, essa compreensão oblitera as relações que a interface desempenha. Por isso, ao longo do texto, emprego o termo interface com um duplo sentido: a interface que o sujeito tem com a tecnologia e a relação que o sujeito constrói com e na interface do aplicativo.

A interface de um App é moldada a partir de repertórios culturais que nutrem as masculinidades e, desse modo, também se moldam aos repertórios culturais empregados por esses sujeitos para compreenderem a própria sexualidade. Interfaces de serviços de busca por parceiros online operam reiterando compreensões de gênero, mas também as deslocam na medida em que conecta os sujeitos a redes e circuitos embebidos em repertórios midiáticos e globais sobre como ser gay.

Os usos sociais dos aplicativos geram oportunidades, mas também trazem consequências com as quais os sujeitos têm de lidar. As considerações sobre mostrar ou não o rosto, por exemplo, são sinais de como os usos das interfaces podem ter efeitos que reforçam ou deslocam as convenções de gênero e sexualidade. Ao gerar um procedimento para a busca por parceiros baseado em um roteiro e papéis demarcados, as interfaces acabam legitimando esses usos. O efeito dessa operação é que os sujeitos passam a se reconhecer a partir do enquadramento produzido pelo perfil.

O campo de pesquisa é construído a partir da rede de conexões que estabeleço com meus interlocutores: homens nascidos entre as décadas de 1975 e 2000, de classes populares, que vivem no interior paulista e que fazem uso de serviços comerciais de busca por parceiros para homens gays. A partir das conexões entre meus interlocutores e as interfaces, proponho uma abordagem etnográfica dos usos sociais dos Apps. A etnografia apresenta e analisa as maneiras como essas tecnologias são modeladas pelos contextos nos quais são usadas.

Para muitos dos meus interlocutores, homens que vivem em regiões marcadas pelo entrelaçamento de ruralidades e urbanidades que se apresentam com diferentes intensidades, as interfaces dos aplicativos são experiências cruzando e articulando os repertórios das mídias globais aos repertórios culturais locais. As interfaces dos Apps mobilizam compreensões sobre o gênero e sobre a sexualidade, quer seja para interagir com outros homens ou para buscar parceiros dispostos a interações sexuais ocasionais.

Cabe dizer que entre os sujeitos que usam os aplicativos, nem todos se afirmam ou se compreendem como homens gays, ainda que se relacionem com outros homens. Também

convém sublinhar que a interface se produz como um ambiente homossocial, isso é, como uma rede exclusivamente formada por homens. Para esses sujeitos, muitos dos quais experienciam a própria sexualidade em segredo, as redes digitais se apresentam como um local seguro e propício para o divertimento, se moldando as contingências que enredam seus propósitos. Para outros, sobretudo os mais jovens nascidos na década de 1990 e que se identificam como gays, as interfaces são experienciadas como um espaço propício à diversão e à deriva sexual.

Assim, esta tese deseja apreender e tornar inteligível como a tecnologia dos aplicativos se adequa a essa experiência social específica, como as propriedades das interfaces digitais modificam a forma como se estabelecem as relações intersubjetivas e como essas alterações afetam a subjetividade. Esse é o pano de fundo das análises.

O primeiro capítulo apresenta o percurso que conduziu meus interesses de pesquisa a aos campos de estudos da sexualidade e das mídias digitais. Ao explicitar os procedimentos de pesquisa, retomo as estratégias que adotei para o contato com meus interlocutores e as técnicas empregadas para o registro etnográfico das interações. Também apresento a região da pesquisa. O tempo é o fio condutor da narrativa.

Objetos de pesquisa não podem ser construídos sem pressupostos teórico-metodológicos. O segundo capítulo explicita esses pressupostos. A tecnologia possui particularidades, o que demanda uma reflexão sobre as ferramentas teórico-metodológicas disponíveis para compreender o digital. Neste capítulo, explico a maneira como articulei as análises de outros autores e autoras que se dedicaram às mídias digitais na construção do trabalho de campo etnográfico. O diálogo com um conjunto diverso de pesquisas dá forma à compreensão que faço sobre os serviços comerciais de busca por parceiros para homens gays e sobre a etnografia em rede.

O terceiro capítulo percorre a narrativa de Rafael. Meu interlocutor traz o contexto anterior às mídias digitais mostrando como as relações estavam colocadas antes da internet e como esse contexto foi modelado juntamente com a tecnologia. Nesse sentido, a interlocução com Rafael me possibilitou situar a tecnologia em um contexto. Seguindo Rafael eu chego à internet.

A melhor entrada que encontrei para falar da experiência das pessoas com as mídias foi a partir da interface, porque é na relação com a interface que se estabelecem as conexões que integram a rede que sustenta o campo de pesquisa. Desse modo, o quarto capítulo apresenta uma análise etnográfica das interfaces dos aplicativos levando em consideração as relações entre tecnologia, pessoas, sexualidade, ideologias, mercados e subjetividade.

Uma expressão caipira diz que “as cabaças pegam o formato do buraco do tatu”. Caracterizada pela casca dura que envolve seu fruto, a cabaça é uma planta que cresce dispersa pelas pastagens, de tal modo que se acomoda ao espaço que o destino lhe reservou para crescer e a ele se molda. Acontece que, por vezes, a cabaça cresce no buraco feito pelo tatu e, por isso, acabam assumindo a sua forma. Essa é uma metáfora que pode ser empregada para falar sobre o processo de modelagem social da tecnologia no qual estou interessado.

Assim, desconfiado das presunções de que os aplicativos se resumem a um mero entretenimento, o capítulo final está dividido em duas partes e apresenta os usos de uma perspectiva etnográfica analisando o processo de modelagem social da tecnologia.

Na primeira parte, apresento os usos a partir de sujeitos que vivem em comunidades rurais, afastadas dos centros urbanos. O ambiente da festa do padroeiro, fio condutor da narrativa etnográfica, permite visualizar o contexto, relacionando os sentidos que a tecnologia ganha aos usos de maneira situada. A interação com meus interlocutores oferece as análises sobre como a tecnologia os afeta, moldando-se ao contexto local.

À medida em que a tecnologia modifica a forma como os repertórios culturais circulam, também provoca mudanças na subjetividade com efeitos na intersubjetividade, considerando que a relação com a tecnologia tem efeitos sobre a forma como as pessoas compreendem a si e a forma relacionam umas com as outras, daí a centralidade do corpo. A segunda parte do capítulo reflete sobre essas problemáticas levando em consideração as retóricas de empreendedorismo que nutre que confluem para os Apps.

O título não se refere às categorias para falar de identidades sociais, embora guardem certa relação com elas. “Macacos velhos” e “queerpiras” são categorias que exibem “super propriedades”, que só podem ser entendidas em contexto e de maneira interdependente. Elas emergem na rede do campo, mas sou eu quem as relaciona.

No processo intelectual de construção da pesquisa recorro a uma compreensão informada pelas teorias do reconhecimento, a partir dos textos de Judith Butler e Axel Honneth. Butler é uma autora difícil de ser lida e Honneth é um autor que produz teoria de tipo crítico-normativa. Sendo assim, faço uma compreensão heurística do campo a partir dessas teorias. Essa foi a maneira que encontrei para mobilizar as questões sobre subjetividades que elaboro a partir dos achados de pesquisa.

Sempre existe um sujeito com um propósito por trás da tela. Situado nas interfaces entre os Apps e usos que meus interlocutores fazem dessas mídias conectivas, espero contribuir oferecendo uma compreensão sobre o entrelaçamento entre desejos, masculinidades, políticas, repertórios culturais, mercados, ideologias, contextos, tecnologias e subjetividades.

1 UMA PESQUISA POR ENTRE AS INTERFACES DO DESEJO

1.1 DELIMITANDO O PROBLEMA DE PESQUISA

Esta tese é uma etnografia dos usos sociais dos aplicativos de busca por parceiros no interior paulista. busca identificar e analisar os significados que vinculam uma tecnologia específica a uma determinada experiência social. Acompanhando os usos dos meus interlocutores, homens que vivem no contexto das cidades de médio e pequeno porte do interior paulista, busco apresentar e analisar as maneiras pelas quais os serviços comerciais de busca por parceiros online se articulam à experiência social da busca por parceiros.

Em termos metodológicos, trata-se de abordagem baseada na observação etnográfica e qualitativa. O campo foi construído a partir de uma rede formada por homens nascidos entre as décadas de 1975 e 2000, que residem e trabalham na região da cidade de São Carlos, no interior de São Paulo, e que fazem uso de aplicativos para smartphones destinados a busca de potenciais parceiros. A principal característica desses aplicativos é permitir a conexão entre usuários com base no critério de proximidade geográfica. Ao longo do trabalho buscarei esmiuçar um conjunto de maneiras pelas quais compreensões culturais sobre homossexualidade e tecnologia confluem e ganham novos sentidos na materialidade desses Apps¹ (BARAD, 2003; INGOLD, 2012).

Considerando este recorte, buscarei responder às seguintes questões: de que maneira a entrada dos serviços comerciais de busca por parceiros online remodela o circuito da paquera gay no interior paulista, precisamente na região de São Carlos? Quais convenções são acionadas quando a busca por sexo casual passa a ser mediada pelas interfaces dos aplicativos? Considerando o caso das mídias geoconectivas, caracterizadas pela possibilidade de uso contínuo e individualizado, como as relações estabelecidas entre sujeitos e interface refletem, reforçam ou contestam - ampliando ou restringindo - compreensões culturais locais sobre gênero e sobre a sexualidade?

Serviços comerciais digitais para homens gays existem e operam dentro de uma rede extensa de relações - e ao que tudo indica em franca expansão - que conecta sites, blogs pessoais e comerciais, redes de compartilhamento de arquivos, plataformas e aplicativos de relacionamento que produzem, promovem ou circulam materiais culturais que, ativamente,

1 Acompanhando o diálogo entre o antropólogo Tim Ingold (2012) e a filósofa feminista Karen Barad (2003), emprego a noção de materialidade com dois sentidos particulares: no primeiro, como a “materialidade bruta” do mundo físico; e, no segundo, para sinalizar as formas pelas quais este mundo é apropriado em projetos humanos.

contribuem para os processos de fazer sentido das (homos)sexualidades masculinas. Em que medida pode-se afirmar que as interações mediadas por interfaces digitais e a interação estruturada em rede colocam remodelam os repertórios e práticas sobre a (homos)sexualidade? Considerando o contexto do interior paulista, como conectividade² e sexualidade se articulam?

A internet coloca as plataformas de busca por parceiros à disposição de quase todos. Aplicativos costumam ser vistos como úteis e eficientes quando permitem que antigas práticas sejam atualizadas por meio da interface. Para muitos dos homens com quem conversei, os serviços comerciais de busca por parceiros online são descritos em termos de eficácia na medida permitem a atualização do sexo casual sob um novo arranjo.

O sexo casual e desvinculado de compromisso entre homens é uma prática que deita raízes históricas. Entre meus interlocutores, sujeitos integrados às mídias digitais, os aplicativos de busca por parceiros emergem como uma solução estratégica, tecnológica e de mercado para resolver - ao menos provisoriamente - na dimensão da interface muitas das contradições que os afetam. Nesse sentido, as plataformas de relacionamento podem ser entendidas como tecnologias com efeito performativo (SILVEIRA, 2017), já que transformam práticas sexuais e as identificações que as cercam ao mesmo tempo em que fala delas.

Sistemas classificatórios não se limitam simplesmente a dar sentido - quer dizer, significar - às práticas dos corpos, mas talham a carne como um profundo corte (PERLONGHER, 2008, p.216, p.17). Em termos específicos, o trabalho etnográfico pretende entender as maneiras pelas quais os usos sociais dos aplicativos se relacionam com os sistemas classificatórios o sexo casual, atualizado no contexto das tecnologias digitais. Como a relação entre sujeitos e tecnologia tem produzido novas gramáticas morais sobre corpos? Como as fronteiras entre corpos físicos e digitais se estabelecem em plataformas de relacionamento online? Em quais momentos as tecnologias digitais oferecem oportunidades para driblar, reafirmar ou contestar ideários hegemônicos? E, não menos importante, quais são os caminhos teórico-metodológicos de que dispomos para percorrer esse conjunto de questões?

Os estudos sócio antropológicos sobre a dinâmica da busca por parceiros online produzidos nos últimos anos mostram que, organizada sob a égide do uso personalizado e individualizado do telefone celular, a interface aloca o usuário em uma posição de destaque,

2 José van Dijck (2012) estabelece uma diferenciação entre os termos conexão e conectividade. De acordo com esta autora, a conexão responde a um primeiro momento histórico da internet - predominantemente marcado pela formação de vínculos interativos estabelecidos de forma espontânea a partir dos usuários, em contrapartida, o termo conectividade caracteriza um novo ecossistema de plataformas online, consolidado entre os anos de 2006 e 2012, que não permite apenas a conexão entre pessoas mas a produz ativamente por meio de algoritmos que modulam o uso da internet.

como um “eu selecionador” imbuído de fazer a melhor escolha (ILLOUZ, 2011; PELÚCIO, 2018; MISKOLCI, 2017). No contexto da chamada *web 2.0*, caracterizada pela conectividade perpétua (VAN DIJCK, 2016) e pela proliferação de materialidades, as tecnologias da informação e da comunicação se revelaram articuladas às crenças, às práticas culturais e aos modos de ser no mundo contemporâneo. Em termos sociológicos, mais do que tecnologias informacionais, artefatos digitais tem se consolidado na contemporânea como verdadeiros dispositivos de mediação dos sujeitos.

Autores como Norbert Elias (1993) oferecem pistas teóricas para pensar sobre como, no interior de longos processos históricos, dinâmicas sociais e psíquicas são reciprocamente constitutivas. Os conceitos de sociogênese e psicogênese, desenvolvidos pelo sociólogo alemão, referem-se ao caráter inextricável e da relação mutuamente constitutiva entre indivíduo e coletividade, que ocorre no interior de configurações sociais específicas. Elias nos mostra que tempo e coletividade não moldam apenas os comportamentos e as compreensões que os indivíduos fazem sobre si, mas a própria economia psíquica dos sujeitos. Somos mediados por imagens que construímos sobre nós mesmos.

Mais do que formular respostas fechadas, esta tese buscará indicar tendências sobre temas narrativos, tropos, modelos, gramáticas e modos de conduta sexuais que são recorrentes entre os sujeitos engajados nos circuitos de busca por sexo casual, com os quais tive contato. As problemáticas aqui levantadas expressam as maneiras pelas quais, entre meus interlocutores, a tecnologia emerge ora oferecendo um roteiro para as relações, ora como uma ferramenta para lidar com os desejos e as pressões coletivas com as quais se deparam. Em outras palavras, no contexto da busca por sexo casual no interior paulista, as mídias geoconectivas para homens gays emergem como uma solução sociotécnica - um mecanismo provisório - que se molda às condições locais e permite a esses homens deslizar por entre as convenções que dividem as expressões do desejo tidas como aceitáveis daquelas consideradas imorais.

1.2 A CONSTRUÇÃO DO CAMPO ETNOGRÁFICO

Minha conexão com as mídias digitais como temática de estudo e como campo de pesquisa aconteceu durante o mestrado. Ainda que sempre tivesse nutrido certa curiosidade pessoal pela internet, foi a partir de 2013, como estudante recém-chegado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, que tive uma aproximação com as tecnologias digitais como tema de estudo e, portanto, de uma perspectiva sociológica.

Nesse primeiro momento, sob orientação do Professor Doutor Richard Miskolci, desenvolvi um primeiro projeto de pesquisa com o objetivo de entender os usos sociais dos serviços comerciais de busca por parceiros no interior paulista. O estudo desenvolvido com financiamento concedido pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) resultou na dissertação de mestrado, defendida em 2015³.

O segredo é a alma do negócio constitui uma primeira abordagem sobre o uso estratégico que homens do interior de São Paulo fazem das mídias digitais móveis visando interações e encontros casuais uns com os outros, ao abrigo do olhar público. O campo foi construído interagindo com sujeitos que fazem uso de três plataformas de conexão baseada em georreferenciamento, que operam por meio de aplicativos para *tablets* e *smartphones*, e que propiciam a conexão entre os usuários de acordo com o critério de proximidade geográfica⁴.

Em seu livro *Desejos Digitais*, Richard Miskolci (2017) explica que, em termos históricos, diferente do que se passou nos Estados Unidos da América pós-Segunda Guerra Mundial,

No Brasil, não se criaram bairros gays, mas circuitos de sociabilidade homossexual nas áreas centrais de cidades como Rio de Janeiro e São Paulo. No auge da disco music, os clubes dançantes faziam dos espaços dançantes e festivos os locais privilegiados para a paquera e a experimentação sexual, o que se aprofundou na década de 1980. Além disso, o Impacto da Revolução Sexual se deu em meio à última ditadura militar (1964-1985), portanto, em condições políticas negativas e em uma sociedade mais desigual do que a americana. Assim, as transformações comportamentais em geral, e em particular as concernentes à homossexualidade, se deram de forma menos espalhada socialmente. (MISKOLCI, 2017, p. 74).

Diferente do que se passou nas capitais brasileiras, no interior paulista, assim como em outras regiões mais afastadas da gramática da impessoalidade, intrinsecamente associada à vida na metrópole (SIMMEL, 2005), a consolidação de um circuito comercial para o público homossexual ocorreu de forma incipiente nas cidades médias ou, no caso das cidades menores, sequer existiu. Entretanto, conforme mostrarei, no contexto das cidades menores onde todos se conhecem, caracterizadas pela proximidade entre as pessoas, a introdução das

3 Ver: PADILHA, Felipe. *O Segredo é a Alma do Negócio: mídias digitais móveis e a gestão do desejo homoerótico entre homens na região de São Carlos*. 120 f. *Dissertação* (Mestrado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos. 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/7178>>. Acesso em 16 Ago. 2017.

4 Embora existam dezenas de serviços similares disponíveis no mercado, optei por delimitar o campo circunscrevendo os usuários das três redes com o maior número de perfis na região em torno da cidade de São Carlos, localizada na região central do Estado de São Paulo, base da pesquisa. Assim, minha entrada em campo se deu a partir da interação com usuários dos aplicativos Grindr®, Scruff® e Hornet®. As três plataformas são semelhantes em termos funcionamento, com pequenas variações em relação ao *design* e aos recursos oferecidos ao usuário por cada serviço.

plataformas de relacionamento online permitiu a criação de novos circuitos de relacionamento mais ligados à fruição do sexo e à impessoalidade de uma maneira que até então seria então impensável.

Não se trata de entender como a tecnologia determina mudanças comportamentais, mas de elaborar um enquadramento capaz de dar conta das maneiras pelas quais as tecnologias são adequadas à experiência dos sujeitos e modeladas aos contextos de uso ao mesmo tempo que modelam os sujeitos.

Assim como Miriam Adelman (2015) notou em seu estudo sobre jovens do meio campeiro que vivem no Sul do país, um contexto também atravessado por ruralidades e urbanidades, observei que, para muitos dos meus interlocutores,

[...] a integração de características tidas como do campo e da cidade que, se antes eram pensadas como opostas, se integram e possibilitam práticas, construção de subjetividades e estilos de vida múltiplos, constituídas de acordo com suas referidas realidades sociais. Para esses jovens, o estilo de vida campeiro não é exclusivamente rural, já que estão imersos em uma múltipla trama cultural, permitindo trânsitos diversos e livres por espaços sociais pensados como distantes ou não comunicáveis entre si. A juventude campeira participa ativamente dos processos em curso, que começam a desmanchar as fronteiras entre campo e cidade, nas práticas e nos discursos. Enquanto muitos jovens residentes nas cidades resgatam uma herança familiar real ou fantasiada com o meio rural, os jovens do campo encontram nessa convivência uma revalorização de suas raízes camponesas, um passo no sentido de desconstrução de hierarquias e desigualdades (2015, p. 156).

Os sujeitos com os quais estive e conversei não percebem as tecnologias digitais como algo excepcional, mas como uma ferramenta comum, integrada à rotina. Os usos que fazem dos Apps são também estratégicos, o que os permite ingressar em redes de interações mais amplas, driblando as contingências locais com as quais se confrontam. Maria Bakardjieva (2005) explica que ao mesmo tempo que deixamos de perceber a tecnologia como algo extraordinário revelamos a maneira como ela se apresenta profundamente integrada ao cotidiano e, por isso, passamos a tratá-la como um objeto comum.

Em sua forma atual, a internet tem se consolidado, em grande medida, graças a ampla difusão dos telefones celulares aptos à conexão com a internet, o que resultou numa articulação profunda entre a rede e as mais variadas esferas da vida cotidiana. Essa articulação se consubstancia num tipo de uso individual, personalizado, contínuo e orientado pelas lógicas do mercado. Também por essa razão “a quase onipresença da internet passou a sustentar uma expectativa crescente de que todos tenham acesso a ela” (BURRELL, 2018).

A questão da integração das mídias às rotinas cotidianas também gera consequências para a pesquisa. Jenna Burrell (2018) comenta que o termo “Internet” tem sido

convencionalmente empregado no singular para se referir a um conjunto complexo que, pelo menos desde a década de 1980, tem passado por mudanças drásticas. De acordo a autora, ao tratar a internet como se fosse algo estável deixamos de perceber o deslocamento em termos de padrões, plataformas e conteúdos subjacentes à rede, assim como as maneiras pelas quais esses deslocamentos afetam os sujeitos.

Em sua forma atual, a internet tem se consolidado, em grande medida, graças a ampla difusão dos telefones celulares aptos à conexão com a internet, o que resultou numa articulação profunda entre a rede e as mais variadas esferas da vida cotidiana. Essa articulação consubstanciou um tipo de uso individual, personalizado, contínuo e orientado pelas lógicas do mercado. Também por essa razão “a quase onipresença da internet passou a sustentar uma expectativa crescente de que todos tenham acesso a ela” (BURRELL, s.p., 2018).

A conexão com proximidade é a principal diferença entre os aplicativos em relação às mídias digitais para a busca por parceiros preexistentes. Além disso, o uso contínuo e individualizado dos telefones celulares, diferente dos computadores, apresenta condições para o acesso à conexão que alteram a relação que os sujeitos estabelecem com a interface.

O fenômeno de expansão dos dispositivos georreferenciados, iniciado em 2007, tem sido tratado a partir de diferentes abordagens acadêmicas vinculadas aos mais diversos campos de produção de conhecimento. Termos como “posicionamento”, “geomídia”, “mídia com reconhecimento de localização”, “serviços baseados em localização”, “mídia locativa” e “redes geossociais”, são alguns exemplos de como uma nova terminologia tem sido empregada com vistas a descrever e caracterizar uma funcionalidade semelhante (LINDGREN et al., 2002; MCQUIRE, 2008; SUTKO e DE SOUZA E SILVA, 2011; KATZ, 2008; HJORT, 2009; NAYAR, 2010; PADILHA, 2015b).

As variações entre os termos empregados para descrever as características dessas mídias servem como indicativos dos caminhos pelos quais cada autor ou autora busca, à sua maneira, enfatizar um aspecto relativo à capacidade da mídia operar com base no Sistema de Posicionamento Global (*Global Positioning System*). O contato georreferenciado, portanto, é o principal traço diferencial desses serviços comerciais de busca por parceiros em relação à plataformas preexistentes. Com o objetivo de simplificar a leitura, ao longo do texto, eu usarei os termos acima apresentados de forma intercambiável, como se fossem sinônimos perfeitos, embora esteja consciente a respeito das variações entre um e outro. Por isso, ao empregá-los buscarei explicitar o sentido que pretendo extrair de cada um.

Para estabelecer um semblante de continuidade entre essa variedade de discursos ambivalentes em torno da localização, do aspecto social ou do caráter comercial dos

aplicativos⁵, também empregarei a expressão “mídias geoconectivas”, entendida aqui como um termo guarda-chuva e, portanto, mais amplo, para dar conta de todas as plataformas que operam entrelaçando a conectividade à localização geográfica. Com isso, quero designar qualquer programa que utilize, de forma ativa ou passiva, a localização e a proximidade entre os usuários como um princípio para a conexão.

Adriana de Souza e Silva e Jordan Frith (2010, p. 486) chamam a atenção para como o fenômeno de crescimento e expansão das tecnologias baseadas em georreferenciamento apresentaram uma tentativa de comercialização da consciência de localização por meio de aplicativos comerciais que são amplamente disponibilizados para o público geral. É nesse contexto histórico e tecnológico que se inserem os serviços comerciais de busca por parceiros online para homens gays.

No App, depois de criar uma conta, o usuário pode produzir um perfil descrevendo a si mesmo e, caso queira, também poderá explicitar as características que considera desejáveis ou não nos potenciais parceiros a sua volta. Uma vez conectado à rede, a interface apresenta uma grade de perfis posicionados em cascata, isto é, da esquerda para a direita, obedecendo o critério de proximidade geográfica, do mais próximo até o mais distante.

No App, depois de criar uma conta, o usuário pode produzir um perfil descrevendo a si mesmo e, caso queira, também poderá explicitar as características que considera desejáveis ou não nos potenciais parceiros a sua volta. Uma vez conectado ao aplicativo, a interface apresenta uma grade de perfis posicionados em cascata, isto é, da esquerda para a direita, obedecendo o critério de proximidade geográfica, do mais próximo até o mais distante.

Esses serviços digitais operam em dispositivos como *tablets* e *smartphones* e se apresentam em versões gratuitas ou pagas. Na versão gratuita, os recursos são limitados, mas podem ser expandidos mediante o pagamento de uma taxa de aproximadamente US \$10 ao mês. A expansão integra um conjunto de recursos adicionais à interface. Apesar das especificidades que variam entre um aplicativo e outro, de modo geral, esses recursos incluem a possibilidade de visualizar um maior número de perfis ou de acrescentar mais imagens ao próprio, assim como coloca à disposição do usuário mais recursos de filtro, que podem ser

5 Autoras como van Dijck (2016) enfatizam a dimensão da conectividade também como um recurso para em perspectiva crítica o discurso público dos serviços de redes sociais - como Google e Facebook - assinalando que nas plataformas de relacionamento na internet a produção da socialidade ocorre sob a égide da conectividade. Desse modo, a rede não é social, antes a rede precisa tornar-se social e para isso criam as condições necessárias para que as pessoas ativamente produzam socialidade. Em outras palavras, ser social é um resultado e não um princípio da rede.

empregados para refinar a busca por potenciais parceiros selecionados com base em preferências.

Para realizar o trabalho de campo fiz uso apenas de versões gratuitas dos aplicativos. Durante a pesquisa não encontrei relatos de pessoas que fizessem uso de versões pagas, o que me permitiu inferir que os usos se davam dentro dos limites disponibilizados pela interface em sua versão grátis. Acompanhando as interfaces, também pude notar que, para muitos dos homens com quem interagi ou mantive contato, o jogo de negociação e sedução que se produz juntamente com os usos que fazem dessas plataformas é marcado pela presença daqueles que sustentam – e, em alguns casos, ostentam – uma apresentação tida como “discreta” e enfática com relação à atributos culturalmente considerados masculinos em contraposição àqueles compreendidos como femininos.

Com base nas observações, entrevistas e conversas, arrisco-me a dizer que, no interior paulista, os valores e atributos considerados masculinos e heterossexuais tem grande relevância na gramática das relações que se produzem nas interfaces dos Apps de busca por parceiros para homens gays⁶. Em contrapartida, traços considerados femininos são muitas vezes abertamente criticados, contestados e até mesmo rechaçados.

Desde a publicidade que apresenta as plataformas, a paisagem visual dos aplicativos é povoada por rostos delineados pela barba, torsos, braços, pernas e abdomens bem definidos. Não se trata apenas de uma mera imagem publicitária, mas também de uma primeira instrução visual oferecida pelas plataformas, que situa os usuários a respeito das lógicas que regem a “comoditização de si” na internet (ILLOUZ, 2011; FERREIRA, 2017).

Na esfera da sexualidade, “a internet expandiu radicalmente as possibilidades relacionais para pessoas que se interessam por outras do mesmo sexo conectando-as” (MISKOLCI, 2017, p. 83). Também pode-se argumentar que a presença da tecnologia tem se apresentado articulando deslocamentos profundos, sobretudo, no nível das dinâmicas preexistentes em comunidades menores e mais afastadas dos centros urbanos (ADELMAN, 2015).

Serviços de comerciais busca por parceiros online são definidos a partir de “repertórios culturais baseados no mercado [que] moldam e impregnam as relações interpessoais e afetivas, e as relações interpessoais encontram-se no epicentro das relações econômicas.” (ILLOUZ, 2011, p. 23). “O encontro virtual é literalmente organizado dentro de uma estrutura de mercado”

6 Trato o conjunto de serviços comerciais de busca por parceiros que operam por georreferenciamento como mídias geoconectivas com a intenção de manter em destaque principal característica dessas plataformas: são mídias que promovem a conexão com base na posição geográfica dos usuários.

(idem, p.280), o que radicaliza e leva às últimas consequências a ideia do eu como “selecionador” e a “a ideologia do encontro sob a égide liberal da escolha”.

Sobretudo para homens que buscam interagir com parceiros também dispostos a encontros sexuais ocasionais, as explicações sobre os usos emergem ora enredadas por fantasia de liberdade e fruição ora parecem fundadas na expectativa de controle do sujeito sobre a distância com o outro desejado. O deslocamento entre os dois sentidos pode ser compreendido levando em conta que a busca por parceiros para esses sujeitos se produz sob normas culturais que podem ser facilmente aproximadas das regras do mercado. Dito de outro modo, as redes de busca por parceiros online convidam o sujeito a ocupar uma posição empreendedora de gerenciamento e controle sobre a vida íntima.

Já no caso dos homens que buscam exclusivamente por interações sexuais em segredo, os aplicativos oferecem oportunidades de maximização dos prazeres e minimizando as possibilidades de prejuízos com os quais teriam que arcar caso fossem vistos em público. Em contrapartida, para os homens que se identificam abertamente como gays, predominantemente nascidos na década de 1990, as interfaces dos aplicativos costumam ser experienciadas como um espaço de diversão e entretenimento. Para esses rapazes, os aplicativos são encarados como ferramentas que ampliam o circuito da paquera e que os coloca em contato com “gente nova”.

Entretanto, tanto em um caso como em outro a imagem do “eu selecionador” está presente mediando os contatos em uma paisagem emocional saturada de sexualidade. Em sua análise sobre as redes românticas na internet a partir de plataformas destinadas a busca por parceiros heterossexuais, Illouz (2011) sustenta que as buscas amorosas nas mídias digitais são regidas por repertórios culturais de mercado, que acentuam as características de competição mercadológica entre os sujeitos. De acordo com a autora, a sensação de abundância de parceiros provocada pelas mídias coloca o sujeito à numa posição neoliberal, em que deve escolher sempre a melhor opção dentre as que estão disponíveis.

Illouz emprega a metáfora do “eu selecionador” para descrever o processo de racionalização da sexualidade subjacente às plataformas de relacionamento online, mas também para sublinhar os seus efeitos sobre a subjetividade. A racionalização da busca introduz um elemento de distância entre o sujeito desejante e o outro desejado.

A imagem do “eu selecionador” pode ser entendida como uma metáfora para descrever o processo de racionalização da sexualidade subjacente às plataformas de relacionamento online. A racionalização da busca introduz um elemento de distância entre o sujeito desejante e o outro desejado. Diante da promessa de abundância evocada pela interface, o “eu selecionador” orienta-se para o tempo com o objetivo de fazer o melhor uso dele (ILLOUZ,

2014). Entretanto, nas mídias geoconectivas, o contato é definido em função da proximidade geográfica, o que recoloca as interações no contexto local.

Atenta às relações heterossexuais nos Estados Unidos da América, Illouz (2011) sustenta que as buscas amorosas mediadas pela internet são regidas por repertórios culturais de mercado, que acentuam as características de competição mercadológica entre os sujeitos. Para esta autora, a sensação de abundância de parceiros provocada pelas mídias coloca o sujeito a uma posição neoliberal, em que deve escolher sempre a melhor opção dentre as que estão disponíveis.

Ao serem transportadas para outros contextos, esses repertórios são aclimatados à cultura local. Corroborando com os argumentos apresentados por Keith D. Kurashige (2018) em sua tese de doutorado, em meu campo, tenho observado uma operação inversa a descrita por Illouz: uma das principais fontes de queixas por parte dos meus interlocutores tem a ver com a escassez qualitativa de parceiros. Queixas desse tipo são expressas nas falas dos interlocutores em referência às dificuldades para encontrar pessoas com as características idealizadas.

Kurashige explica que, no contexto do interior paulista,

A escassez não se refere apenas à quantidade de homens que buscam se relacionar com outros homens nos bate-papos, mas ao fato de que as pessoas buscam outras pessoas com similaridades sociais, ou até mesmo de nível educacional, faixa de renda, racialidades e masculinidades mais valorizadas hierarquicamente. Embora as buscas desejantes nos bate-papos se voltem majoritariamente para a concretização de relacionamentos sexuais, não podemos naturalizar estas buscas como apenas sexuais. Os bate-papos são, antes, usados como uma “válvula de escape” em uma cidade em que ser conhecido como homossexual ainda é algo extremamente negativo, gerando insegurança subjetiva e riscos reais de retaliações morais e/ou agressões físicas (Kurashige, 2014, p. 114).

As problemáticas levantadas por Illouz inspiram a compreensão que faço dos Apps. Entretanto, considero que as mídias geoconectivas possuem características próprias, sendo a principal delas a definição da rede de contatos em função da proximidade geográfica. Outra particularidade marcante é que as interfaces para homens gays acionam repertórios culturais para a homossexualidade que fundamentam o seu uso e se refletem na forma como os sujeitos se apresentam e interagem. Além do mais, por se tratarem de interações co-localizadas os aplicativos atam as interações a um contexto geográfico.

A localização se produz articulada a um lugar moldado por uma série de contingências e aciona convenções culturais em torno do seu uso. Em seu estudo sobre como as pessoas fazem a mobilidade com os smartphones, Alexandra Weilenmann (2003) sustenta que a mobilidade é produzida entrelaçando pessoas, tecnologias e os contextos de uso. O estudo de Weilenmann

demonstra como o significado de uma posição geográfica depende das atividades são desempenhadas de modo que é como parte dessas atividades que a posição se torna relevante.

Para Weilenmann, as mídias geoconectivas produzem uma relação baseada na associação intrínseca entre o lugar e as atividades que nele são desempenhadas e, por isso, o contexto não é algo dado. A autora também observa que o uso dos telefones celulares implica em expectativas, entre elas, ser respondido. Desse modo, para esta autora, o contexto se produz na interação entre pessoas situadas em lugares específicos e a tecnologia que as conecta em rede.

Ao serem transportadas para diferentes lugares, os Apps aclimatam os repertórios midiáticos globais sobre a “cultura gay” à cultura local. É nesse jogo que se produz o contexto da interface. Mas quais são as particularidades presentes no interior paulista?

Ainda na primeira etapa da pesquisa, durante o mestrado, percebi que “segredo” e “discrição” não eram sinônimos de privacidade, mas tinham sentidos culturais que se combinavam noções de gênero, como a virilidade, de modo que passei a compreendê-los como valores associados na composição das masculinidades em suas versões locais. Entretanto, também foi possível perceber que as imagens locais dialogavam com uma versão global da masculinidade, expressa nas propagandas veiculadas pelos aplicativos. Entre meus interlocutores, discrição e sigilo apontavam para sujeitos capazes de resistir ao escrutínio público sendo presumidos como heterossexuais, o que acabava indo ao encontro das demandas expressas nos perfis.

Para os homens com quem mantive contato, discrição e sigilo apontam para sujeitos capazes de resistir ao escrutínio público sendo presumidos como heterossexuais, o que acaba indo ao encontro das demandas expressas nos perfis. O trabalho de campo etnográfico permitiu verificar que o critério da discrição como pré-requisito para as interações se faz presente, sobretudo, entre homens com idade entre 30 e 55 anos. Com base em observações, conversas informais e entrevistas, aventei então uma primeira hipótese: esse tipo de busca “sigilosa” aspirava preservar a segurança dos sujeitos nos espaços do trabalho e da família.

As três plataformas circunscritas pelo recorte da pesquisa têm comunidade gay como alvo público alvo. Entretanto, durante a pesquisa de campo, encontrei muitos homens que, embora mantivessem perfis ativos, relataram que mesmo vivenciando experiências sexuais com outros homens, não se classificavam como gays, como explica João, 40 anos, enfermeiro, com quem conversei durante alguns dias pelo aplicativo:

Pesquisador: No seu perfil no aplicativo, você diz que não é gay, porquê?

João: Eu não sou gay, nem frequento lugares gays. Até fui à sauna uns anos atrás, em Ribeirão [Preto], mas não gostei. Eu curto só uma pegação⁷ entre machos, mas não sou gay. Já fui casado, tenho uma filha e, hoje em dia, estou separado, posso desfrutar minha liberdade, mas não quero me expor.

Pesquisador: Quando você estava casado não saía com outros homens?

João: Até rolava, mas era muito raro. Quando você é casado as coisas são mais complicadas, não dá pra sair assim, quando dá.

Pesquisador: Atualmente você também se relaciona com mulheres?

João: Claro! Tô dizendo pra você: eu sou homem. Não sou gay. Aliás, no meu perfil já deixo claro que sou só ativo no sexo. (Diário de Campo do Pesquisador).

O diálogo que mantive com Luciano, 24 anos, estudante de gastronomia, por meio de um aplicativo de mensagens oferece uma versão alternativa aos argumentos apresentados por João:

Pesquisador: No seu perfil você diz que é assumido e que não tem tempo para os caras enrustidos, o que você quer dizer com isso?

Luciano: Aqui tá cheio de caras com esse papo de que tem jeito de homem, que busca na encolha, que são discretos e tal. Mas é tudo conversa fiada. Os caras deitam e rolam depois lançam esse papo de que são discretos.

Pesquisador: Mas porque você diz isso?

Luciano: Na real, os caras são gays e sabem disso, senão estariam buscando mulheres. Eu acho que tem a ver com um monte de coisas. Eles tem vergonha e por isso tem medo que os outros fiquem sabendo. Normalmente, esses caras convivem com outros caras héteros, então acho que tem um lance de pressão social. Esse papo de discricção é só fachada. (Diário de Campo do Pesquisador).

A busca por parceiros em uma mídia geoconectiva não se passa em um universo à parte, mas se produz atrelada ao lugar onde o sujeito está atrelada às convenções locais. A localização é um elemento crucial para o estabelecimento de conexões no interior dessas plataformas. A localização molda as possibilidades de interação, por isso, não é raro que os sujeitos reconheçam as diferenças que marcam os usos dos aplicativos no interior e em cidades maiores. Nesse sentido, lugar indica tanto o posicionamento geográfico dos sujeitos, mas também sua posição social. O contraste entre as explicações oferecidas por João e Luciano exprimem diferentes compreensões sobre as experiências sexuais, a própria sexualidade e como essas diferenças se expressam na construção dos perfis. Mais do que isso, as considerações de um e outro são exemplos de como diferentes visões sobre a sexualidade são confrontadas nos Apps.

Uma vez que os aplicativos de busca por parceiros estão alinhavados a busca ao contexto sociocultural no qual os sujeitos estão inseridos é possível supor que existem tipos de

7 “Pegação” é uma expressão nacional equivalente ao cruising e, mais tarde, ao *hook up*, termos que respondem ao contexto dos EUA, culturalmente marcado pela busca por sexo sem compromisso via internet. Para uma análise sobre as continuidades entre as práticas do cruising e do *hook up*, ver: Miskolci, Richard. San Francisco e a Nova Economia do Desejo. *Lua Nova*, São Paulo, n. 91, pp. 269-295, 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-64452014000100010>>. Acesso em: 17 de maio de 18.

usos sociais cujos sentidos podem ser significativamente distintos uns dos outros. Corroborando com as observações feitas por Miskolci (2017), minha pesquisa indica que, no interior paulista, os usuários se encontram predominantemente dentro de famílias ou estão alocados em posições de trabalho que presumem sua heterossexualidade ou, ao menos, não os interpelam sobre as relações homossexuais (Padilha, 2015a).

Considerando a ostensiva presença de homens que buscavam parceiros mediante um tipo de apresentação pública capaz de sustentar uma heterossexualidade presumida, percebi o segredo como um elemento organizador da busca por parceiros neste campo da pesquisa. Nas interfaces dos Apps, as diferentes versões de masculinidades são objetos de disputas e controvérsias entre os usuários. Em diálogo com Georg Simmel (2011), passei a compreender o segredo como “economia da informação”, isto é, como uma rede que implica em pessoas incluídas e excluídas daquilo que se pretende ocultar. Então, inspirado por autores como Erving Goffman (1988) e Howard Becker (2008), passei a me dedicar a entender quem ocultava o quê de quem e por quais razões.

Com o avanço do trabalho de registro etnográfico notei que, nas interfaces dos Apps, os homens com quem mantive contato encontravam maneiras culturalmente sancionadas de lidar, por um lado, com as pressões coletivas, e, por outro, com seus desejos que as contradiziam. Essa corda-bamba que divide a normalização da abjeção⁸ permitia a eles conciliarem, ao invés de romper, as expectativas da vida familiar com as demandas da esfera do trabalho. Isso lhes garantia certa dignidade, algum respeito e consideração social.

Vale ressaltar que, em contextos de estigmatização da homossexualidade, como é o caso do interior paulista, circunscrito pela pesquisa, a garantia de preservação da dignidade, respeito e consideração social acabam por se converter em uma espécie de “privilégio” publicamente garantidos à heterossexualidade. Não foram raros os relatos de violências psicológicas e até mesmo ameaças de violência físicas sofridos por meus interlocutores. Esses relatos, feitos em diferentes ocasiões, permitem constatar que as estratégias de (in)visibilidade não buscavam lidar apenas com pressões e restrições de ordem moral. O segredo é uma estratégia mobilizada visando também a conservação da própria integridade física, mas,

8 Inspirado pelos escritos de Judith Butler, ao falar em abjeção me refiro ao efeito de exclusão mediante normas culturais que regulam processos de inteligibilidade. Nesse sentido, abjeção pode ser entendida como o processo por meio do qual determinadas formas, objetos, corpos, ações e sensações assumem uma forma ininteligível. Se, num período anterior, a homossexualidade era vista como abjeta e como sinônimo de degeneração, atualmente, o que se verifica é um movimento de normalização homossexualidade, em larga medida, mediado pelo mercado.

sobretudo, psíquica dos sujeitos, considerando que parece existir uma frequência maior na ocorrência de ataques morais e psicológicos do que situações que cheguem às vias de fato.

Ainda durante o mestrado produzi um banco de informações com base nos perfis dos sujeitos com quem mantive contato. Em um primeiro momento, esse banco de dados possibilitou a inferência em torno de questões gerais como, por exemplo, a proporção de usuários contida na amostra que ocultavam ou não o rosto, assim como as faixas etárias que concentravam o maior número de interlocutores da pesquisa. Constatei que a maior parte dos meus interlocutores eram homens nascidos na década de 1990.

Vale ressaltar que, em contextos de estigmatização da homossexualidade, como é o caso do interior paulista, circunscrito pela pesquisa, a garantia de preservação da dignidade, respeito e consideração social acabam por se converter em privilégios publicamente garantidos à heterossexualidade. Não foram raros os relatos de violências psicológicas e até mesmo ameaças de violência físicas sofridos por meus interlocutores. Esses relatos feitos em diferentes ocasiões permitem constatar que as estratégias de (in)visibilidade não buscavam lidar apenas com pressões e restrições de ordem moral, mas visavam também a conservação da própria integridade física, mas, sobretudo, psíquica dos sujeitos, considerando que parece existir uma frequência maior na ocorrência de ataques morais e psicológicos do que situações que chegassem às vias de fato.

Ainda durante o mestrado, produzi um banco de informações com base nos perfis com quem mantive contato. Em um primeiro momento, esse banco de dados possibilitou a inferência em torno de questões gerais como, por exemplo, a proporção de usuários contida na amostra que ocultavam ou não o rosto, assim como as faixas etárias que concentravam o maior número de interlocutores da pesquisa. Mais adiante, foi possível construir uma caracterização dos interlocutores da pesquisa dividindo-os em dois grandes grupos separados mediante o critério dos que mostravam e dos que ocultavam o rosto nas fotos dos perfis. Vale destacar também que mostrar o rosto em plataformas de relacionamento online não equivale a ser assumido no plano offline.

Devo dizer que não encontrei elementos para inferir a existência de uma relação direta entre mostrar o rosto nos perfis produzidos em plataformas de relacionamento online e ser assumido no plano offline. Embora seja possível notar uma tendência acentuada a ocultar o rosto entre aqueles que buscam em segredo, também é possível encontrar um número considerável de homens “assumidos” que buscam parceiros controlando a exposição, o que sugere um caráter socialmente estigmático associado à busca aberta por interações exclusivamente sexuais.

No interior de cada um dos grupos, com e sem rosto, as informações foram cruzadas resultando numa métrica do público. Esta estratégia metodológica se mostrou produtiva para estabelecer uma categorização sociológica dos sujeitos, além de facilitar a identificação de convenções e comportamentos mais gerais separando-os de outros mais específicos. Além disso, num primeiro momento, essas informações acabaram por consolidar, a partir de uma visão quantificada, algumas percepções alcançadas com a etnografia como, por exemplo, a certeza de que a maioria dos interlocutores ocultava o rosto (63%), enquanto 39% mostravam (cf. PADILHA, 2015, p. 61).

O tratamento quantitativo permitiu verificar as recorrências e as dissidências de acordo com de acordo com as diferentes faixas etárias, por exemplo. Apenas para ilustrar, as informações sobre os perfis permitiram quantificar, além da proporção etária dos usuários, a proporção de perfis que se descreviam com referência à masculinidade, a proporção das forclusões, como chamei as exclusões imediatas a tipos corporais, personalidades e práticas sociais específicas expressas nos perfis. O mesmo recurso também permitiu estabelecer as proporções entre as preferências sexuais autodeclaradas pelos usuários de acordo com o grupo dos que mostravam e dos que não mostravam o rosto.

Entre os usuários que mostram o rosto, 82% têm até 30 anos de idade. Considerando as proporções, entre os mais jovens com idade abaixo dos 20 anos, o número dos que mostram o rosto (19%) é significativamente maior do que os que o ocultam (6%). Na faixa etária seguinte, que compreende de 21 até 25 anos, 40% dos perfis mostram o rosto enquanto 30% não o mostram. Na sequência, as proporções vão se invertendo: no intervalo de 31 a 35 anos, 12% dos perfis mostram o rosto e 24% não o mostram. Na faixa dos 36 a 45 anos, quase todos os usuários ocultam o rosto, apenas 3% mostram. Por fim, entre os usuários com mais de 45 anos, a proporção é de 6% mostrando o rosto e 1% não o deixando à mostra (PADILHA, 2015, p. 63-64).

De acordo com cada um dos grupos, a proporção entre as preferências sexuais autodeclaradas pelos usuários que mostram o rosto no perfil foram: 6% ativo; 4% passivo, 17% versátil, 73% não informou. Em contrapartida, a proporção entre as preferências sexuais autodeclaradas pelos usuários que não mostram o rosto no perfil foi a seguinte: 21% ativo; 5% passivo, 6% versátil, 68% não informou (cf. PADILHA, 2015, p. 85).

As informações acima apresentadas foram articuladas à etnografia e acabaram demonstrando a variabilidade, a fluidez e a dinâmica do próprio campo, mas também se revelaram fundamentais para uma compreensão sobre as permanências e regularidades presentes.

O trabalho de campo etnográfico indicava o curso de um deslocamento histórico e geracional: se no início da pesquisa havia um grande número de pessoas que buscavam em

segredo, como o passar do tempo foi possível acompanhar um deslocamento marcado pela entrada de uma leva de usuários mais jovens na plataforma. Esses jovens não se descreviam a partir do mesmo vocabulário, não partilhavam das mesmas compreensões em torno da valorização da masculinidade nem a produziam sob a mesma compreensão.

Para os mais jovens, homens nascidos na década de 1990 e que por assim dizer cresceram num mundo conectado, os usos dos aplicativos se entrelaçam a repertórios culturais e práticas sociais mais associados aos modelos midiáticos globais sobre a homossexualidade. Nas interfaces entre aplicativos e usuários emergiu uma disputa cultural e performativa em torno das compreensões sobre “como ser homem” e “como ser gay”. As novas gerações tinham passado a experienciar a homossexualidade de maneira distinta das gerações anteriores, o que reverberava em controvérsias sobre a postura de “discretos” e “assumidos”.

A partir dessa constatação, passei a aventar uma segunda hipótese: os interlocutores mais jovens colocaram em circulação outras imagens “mais positivas” sobre a própria sexualidade do que as gerações anteriores. Os dados permitiram verificar que a busca pelo contato com parceiros em segredo e pela discrição mantinham-se como prerrogativas, em especial, para os homens na faixa dos 30 anos de idade, enquanto nas pontas, para os mais jovens e para os mais velhos, o segredo perdia a relevância. Visto a contrapelo, esse indicador sugeria que entre os homens mais jovens as compreensões sobre o desejo homossexual e a homossexualidade não estavam mais fundadas em compreensões estigmáticas como as que remetiam à patologia, à vergonha e também ao pecado.

Em seguida, passei a questionar como, por meio das mídias digitais, as gerações mais novas pareciam colocar em circulação um vocabulário que possibilitou um sentimento de “normalidade” para si mesmos. Trata-se de um deslocamento significativo em relação às gerações anteriores, quando muitos poderiam pensar que estavam sozinhos no mundo⁹.

De outro modo, havia algo novo para os mais jovens: ainda que pudesse permanecer a necessidade de negociar sua sexualidade com a família, no trabalho e, por vezes, no ambiente educacional, a relação se estabelecia a partir de uma gramática que adicionava outros predicados ao desejo. A “discrição” exigida nos serviços comerciais de busca por parceiros é muito diferente da “marginalidade” da era do *cruising*, da “pegação”, dos relacionamentos e

9 Keith Diego Kurashige (2018, p.217) apresenta em sua tese de doutorado uma história alternativa para a formação social da cidade de São Carlos recuperando as memórias de homossexuais. O trabalho é revelador a respeito das especificidades em torno da homossexualidade nesse contexto e mostra “a multifacetada dinâmica dos desejos homossexuais em São Carlos, tanto as amarras sociais que impediram o florescimento pleno dos desejos quanto às condições que permitiram modos de agir e resistir encontrando suas formas possíveis, mesmo que parciais e imperfeitas”.

casamentos de fachada e outros componentes do antigo “armário homossexual”, embora ainda sirvam de suporte à heteronormatividade e atestem os privilégios publicamente garantidos à heterossexualidade.

Esses deslocamentos se refletem também numa transformação nos repertórios culturais que moldam os “horizontes de aspiração” (FACIOLI, 2017) desses rapazes. “Assumir-se homossexual” não é o mesmo que simplesmente revelar um segredo. Também convém reiterar que “sair do armário” não é apenas uma meta individual, mas também culturalmente situada e, portanto, cercada por ideais geracionais, condições materiais e fantasias de classe e de gênero que, por vezes, podem ser bastante normativas e exigentes a respeito de como deveria ser a (homo)sexualidade.

A partir de 2015, como estudante de doutorado, minha proposta foi expandir o estudo iniciado no mestrado, com o objetivo de aprofundar a investigação e o tratamento teórico com relação dado à tecnologia. Nesse percurso, busquei aprofundar o diálogo com a vertente de estudos da Sociologia Digital e com a literatura produzida sobre a tecnologia, em especial, com inspiração na vertente feminista e dos Estudos Culturais.

Ao longo dos últimos 40 anos, o campo de estudos da ciência e tecnologia desenvolveu críticas contundentes ao determinismo tecnológico enfatizando a construção mútua entre social e técnico. Nesse campo de estudos, sociólogas como a feminista Judy Wajcman (2012), tensionam o debate ao demonstrar como artefatos materiais fazem parte do tecido social que mantém a coletividade unida, de modo que eles não são possíveis defini-los como sendo exclusivamente técnicos ou sociais. De modo semelhante e quase ao mesmo tempo, a antropóloga Donna Haraway (2000) empregava em seu poderoso manifesto a metáfora do ciborgue com a intenção de produzir uma crítica da identidade em favor das diferenças e para reivindicar novas possibilidades de apropriação politicamente responsável da ciência e da tecnologia.

Também foi nesse período que, em termos metodológicos, os estudos culturais consolidaram a constatação de que a produção cultural não pode ser tomada em si mesma, mas apenas e tão somente em conexão com uma formação social da qual é parte (CEVASCO, 2003). Desde uma perspectiva que cobre simultaneamente história, economia, política, sociedade e cultura, para Raymond Williams (2016), um dos autores incontornáveis dessa vertente, a cultura pensada como o campo por meio do qual essa organização se expressa no concreto, na forma de um modo de vida real.

Inspirado pelos escritos de Williams sobre a televisão, a partir da confluência entre homossexualidades masculinas e as mídias digitais no interior paulista buscarei analisar as

mídias digitais como experiência cultural. Deste modo, considero que os Apps de busca por parceiros emergem da articulação entre práticas de produção, relações entre tecnologia e economia e ganham uma função social na vida cotidiana mediante estruturas formais que moldam tipos de produtos e serviços oferecidos individualmente. Em outras palavras, os escritos de Williams me levam a refletir sobre como os serviços comerciais de busca por parceiros oferecem uma forma cultural, tecnológica e institucionalmente regulada, que permite a interação social e expressão cultural. Essa forma só pode ser tomada levando em consideração sua dimensão local também entendida como expressão de forças sociais, políticas e econômicas mais amplas.

Assim, analiso os Apps compreendendo sua dupla dimensão: enquanto tecnologia e como forma cultural. Meu argumento se contrapõe a compreensão de que as mídias digitais causam mudanças sociais. De outro modo, buscarei mostrar como deslocamentos são produzidos na relação entre a tecnologia e as práticas preexistentes articulando de maneira complexa práticas sociais, subjetividades, produção, mercado, máquinas, corporações e economia. Não se trata de entender a tecnologia em termos de causa e efeito, mas como expressão.

De modo algum minha afirmação deve ser confundida com a alegação de que o avanço tecnológico não promova mudanças. Minha intenção é apresentar como as interfaces dos Apps de busca por parceiros se moldam a uma experiência cultural específica, mas a partir de aspectos e com resultados que não podem ser predeterminados. As interfaces dos aplicativos me parecem uma entrada adequada para conectar o tema das tecnologias, sem deixar de fora como os grupos de pessoas interesses e, principalmente, poder, se moldam na relação com a tecnologia e, nesse processo, suas práticas sociais acabam por se alterar.

Na execução do trabalho de campo, tendo em vista que para o funcionamento dos aplicativos a localização geográfica e a distância entre os usuários são elementos cruciais para o estabelecimento de contatos e interações, estabeleci como critério para o contato conversar com sujeitos que estivessem localizados em um raio de até 100 quilômetros de distância de São Carlos, base da pesquisa.

A escolha metodológica de delimitar os contatos a partir da distância foi motivada por duas razões. Em primeiro lugar, porque notei que entre meus interlocutores havia uma tendência de deslocamento mais acentuada entre cidades próximas de São Carlos, quer dizer, as pessoas se moviam mais de uma cidade a outra, quer seja por conta do trabalho, do estudo ou em busca de lazer. Os fluxos de pessoas tendem a acontecer de maneira mais acentuada quanto mais curta for a distância entre as cidades em questão. Em segundo lugar, uma vez que me limitei a utilizar

apenas a versão gratuita dos aplicativos para estabelecer os contatos de pesquisa, a interface me limitou a interagir com usuários mais próximos, desse modo, foi sob um raio de até 100 quilômetros que a interface permitiu que eu estabelecesse contatos.

1.3 DEFINIÇÃO DO OBJETO, OBJETIVOS E PRESSUPOSTOS DA PESQUISA

O objeto da pesquisa é como os usos sociais de aplicativos comerciais de busca por parceiros online se inserem e remodelam o circuito da paquera entre homens que vivem no interior paulista, assim como os deslocamentos nas interações e na experiência social dos sujeitos decorrentes da mediação da interface. O objetivo é caracterizar quais são esses deslocamentos e analisar a maneira como os Apps de busca por parceiros se inserem no contexto local e ganham relevância para os sujeitos que usam. Trata-se de compreender como uma determinada tecnologia se molda a uma experiência social específica ao mesmo tempo em que a experiência social dos sujeitos se molda à tecnologia a partir dos usos sociais.

O pressuposto teórico-metodológico que sustenta esta pesquisa é o de que a busca por parceiros por meio das mídias geoconectivas é um empreendimento socialmente organizado em torno os usos sociais da tecnologia digital, mas que se produz intrinsecamente articulado às formas preexistentes da busca por parceiros.

O uso do *smartphone* é considerado a força motriz desta investigação. Entretanto, ainda que possam soar como uma novidade, os *smartphones*, com suas múltiplas funcionalidades, não constituem o primeiro experimento tecnológico coletivo a articular tecnologias comunicacionais, gênero e sexualidade. Além disso, estudos sociológicos e históricos demonstram o papel determinante desempenhado pelo tempo na conformação das noções de utilidade e de necessidade associadas a uma tecnologia.

Ao reconstruir uma história social do telefone na América ao longo do século XX, o sociólogo Claude Fischer (1992) apresenta como a crescente adoção do telefone por amplas parcelas da população estadunidense foi um fator fundamental para deslocar os significados que antes associavam o aparelho ao reino do luxo trazendo-o para a esfera da necessidade.

Em *Gender Line*, um estudo etnográfico realizado numa pequena cidade do meio-Oeste dos EUA, Lana Rakow (1992) abre um caminho profícuo ao refletir sobre telefones não como meros dispositivos mecânicos, mas, em termos sociológicos, como sistemas que cruzam relações e práticas sociais. Partindo do reconhecimento de que telefones são o resultado de intenções, propósitos e investimentos por parte de poderosos atores sociais, Rakow mostra como, à medida que uma tecnologia se torna parte da estrutura material e social, as pessoas

passam a adaptar a forma como fazem as coisas e a maneira como interagem com umas com as outras às novas condições tecnológicas. Assim, o telefone revela como tecnologias em si não tem usos ou consequências inerentes, mas que ganham sentido na medida em que se tornam parte do tecido ideológico que engloba as crenças e práticas existentes (RAKOW, 1992, p. 2).

No que se refere ao gênero, ao analisar o uso que as mulheres fazem do telefone, encarado pelos homens como “conversa fiada” ou como “perda de tempo”, Rakow aciona o arcabouço teórico do feminismo e da teoria social para enquadrar o telefone como um instrumento de socialização, com atenção especial para a maneira como atua na criação e manutenção das normas de gênero. Visto desse modo, diz Rakow:

o telefone é um lugar onde os sentidos de gênero são expressos e praticados. O uso do telefone por mulheres é tanto trabalho generificado - trabalho delegado à mulheres - e trabalho de gênero - trabalho que confirma as crenças da comunidade sobre quais são as tendências e habilidades naturais das mulheres. (RAKOW, 1992, p. 33).¹⁰

Ainda na década de 1990, também tratando do contexto de adoção da comunicação via telefone por amplas parcelas da população estadunidense, Valerie Frissen (1995) sublinhou a centralidade dos telefones fixos como “tecnologias de gênero”. Documenta como o telefone fixo rapidamente esteve comprometido nas dinâmicas de manutenção de relações de amizade e intimidade, sobretudo, para as mulheres. À luz do contexto tecnológico atual, pode-se afirmar que a relação entre telefones, a formação de vínculos sociais e a intimidade não foi criada com as tecnologias baseadas em conexões digitais, mas se aprofundaram a partir delas.

Em termos culturais, desde que ingressou nos lares, o telefone fixo trouxe consigo a possibilidade de um tipo de uso mais voltado aos interesses pessoais, o que aponta para a associação intrínseca entre tecnologias comunicacionais privadas e um tipo de uso pessoal, centrado no intercâmbio de informações, o estabelecimento de contatos e a manutenção dos vínculos de amizade. Por diferentes caminhos teóricos e metodológicos, o que se evidencia a partir desses são as várias maneiras pelas quais nas últimas décadas o gênero e a sexualidade tem sido construídos e negociados na articulação entre tecnologia e contextos locais.

No que se refere a história da busca por parceiros amorosos, de fato, anúncios públicos em busca de cônjuges encerram uma prática tão antiga quanto a invenção da imprensa. H. G. Cocks (2004) documenta como, desde fins do século XVII e início do XVIII, a ascensão dos jornais se fez acompanhada pela criação de seções de anúncios pessoais, que funcionavam, por

10 No original: “The telephone is a site at which the meanings of gender are expressed and practiced. Use of the telephone by women is both gendered work — work delegated to women — and gender work — work that confirms the community's beliefs about what are women's natural tendencies and abilities”

assim dizer, como uma versão analógica da função atualmente cumprida pelas plataformas de relacionamento online.

Entretanto, num primeiro momento, esta não foi considerada uma maneira socialmente aceitável de procurar um cônjuge, sendo vista como último recurso adotado por pessoas desesperadas. Considerando as convenções culturais da época, buscar um casamento por meio de anúncios, em última análise, denotaria alguém que não dispunha de pais presentes ou de uma família com quem pudesse contar para organizar seu matrimônio. Daí a razão pela qual, inicialmente, os anúncios eram predominantemente publicados por homens mais velhos, solteiros ou viúvos. Entre outras informações interessantes, o trabalho de Cocks (2009) recupera o passado de Helen Morrison, apresentada como a primeira mulher a colocar um anúncio pessoal em um jornal buscando por um cônjuge, em 1727. Depois da publicação do anúncio no periódico *Manchester Weekly Journal*, o governo enviou Morrison para um asilo, onde permaneceu durante um mês, sob o argumento de que ela seria mentalmente instável.

Contrastando os anúncios de busca por parceiros veiculados no *Lampião da Esquina*, um periódico popular entre homossexuais paulistanos e cariocas de camadas médias durante a década de 1980, com os perfis apresentados em aplicativos como Grindr e Hornet, Ferreira da Silva (2017) analisa como as expressões sociais do desejo podem ser localizadas em momentos históricos distintos. Para este autor, os classificados são compreendidos como “facilitadores de uma sociabilidade muitas vezes negada sem possibilidade alguma de mediação” (p. 4).

Se [...] os classificados despontaram como possibilidades inéditas para se buscar parceiros do mesmo sexo sem o ônus da visibilidade no espaço público, até mesmo por meio pseudônimos e apelidos os quais garantiriam certo anonimato, a internet, por sua vez, a partir das salas de bate-papo e vídeo-chats permitiu que, além do contato no sigilo, houvesse também a troca de imagens, vídeos e símbolos de modo a representar as fantasias, os gostos e os desejos. (FERREIRA, 2017, p. 55).

Ainda que práticas como as documentadas por Cocks sejam descritas a partir dos Estados Unidos da América e da Europa, o trabalho de Ferreira (2017) permite questionar como a busca por classificados respinga em solo nacional e é adaptada às condições históricas, tecnológicas e culturais locais.

Meus interlocutores com mais de 35 anos, como Rafael¹¹, de quem falarei mais adiante, oferecem relatos interessantes sobre como a busca por parceiros ocorria em uma época

11 Ao longo do texto substituí os nomes reais dos meus interlocutores por nomes fictícios e suprimi todas as informações que considere passíveis de torná-los identificáveis. Assim, as cidades de origem apenas serão mencionadas quando autorizadas pelos interlocutores que, informados sob as condições da pesquisa, consentiram a divulgação desta informação no estudo.

anterior à internet. Rafael se lembra que, no começo dos anos 2000, num momento tecnológico anterior aos *smartphones* e computadores móveis de uso pessoal, algumas revistas pornográficas nacionais, como a *Private*®, traziam nas páginas finais anúncios de casais heterossexuais buscando por outros parceiros e parceiras, em meio a anúncios publicados por homens que buscavam por outros homens. Isso *indica* algumas continuidades e confluências entre práticas e universos que à primeira vista nos parecem radicalmente distantes e descontínuos.

Finkel et al. (2012) explicam que

Assim como os anúncios pessoais impressos acompanharam o surgimento dos jornais, e assim como o vídeo-acompanhamento acompanhou o surgimento dos videocassetes, os serviços de correspondência baseados em computadores acompanharam o surgimento dos computadores. De fato, os computadores foram usados para o casamento romântico décadas antes do desenvolvimento da Internet, tanto em conjunto com a pesquisa acadêmica sobre o processo de atração quanto como um componente das aventuras comerciais na correspondência (FINKEL, et al. 2012, p.9)¹².

A adaptação da busca por parceiros aos novos recursos computacionais do século XX remonta ao período de introdução dos computadores no ambiente acadêmico, o que se fez acompanhado pela inauguração de disciplinas voltadas à programação. O historiador da ciência C. Stewart Gillmor (2007) documenta que, em 1959, dois estudantes de engenharia elétrica de Stanford, matriculados na disciplina de Teoria e Operação de Máquinas de Computação, ao final do curso, apresentaram o projeto chamado “*Happy Families Planning Service*”. Operacionalizado por meio de um computador IBM 650, o programa tinha como objetivo principal colaborar na formação de pares amorosos indicando pares com maiores ou menores afinidades.

Para o primeiro teste do programa foram selecionados 49 mulheres e 49 homens. Cada participante respondeu um questionário fornecendo informações com idade, altura, peso, religião, profissão, características de personalidade, gostos e preferências de lazer. Com isso, cabia ao computador estabelecer uma pontuação para cada quesito alinhando os casais heterossexuais de acordo com o maior número de afinidades.

12 No original: “Just as printed personal advertisements followed the emergence of newspapers, and just as video-dating followed the emergence of video cassette recorders, computer-based matching services followed the emergence of computers. Indeed, computers were used for romantic matching decades before the development of the Internet, both in conjunction with academic research on the attraction process and as a component of commercial adventures in matching”.

O que esses estudos permitem verificar é o modo como as tecnologias comunicacionais foram cruciais para o estabelecimento de relações entre grupos historicamente subalternizados, como mulheres e homossexuais.

Na era das mídias digitais, marcada por mudanças históricas e culturais profundas, as plataformas de relacionamento foram aperfeiçoadas. Nas mídias geoconectivas, o papel do ativo do computador na formação de pares perdeu relevância sendo limitado apenas à apresentação das opções disponíveis. O computador cedeu espaço à vontade do usuário que, imerso em repertórios culturais de mercado, passou a imaginando como alguém que faz escolhas livres em um ambiente livre de interferências. Em sua forma atual, a antiga plataforma de relacionamento, imaginada para otimizar as relações evitando perdas - de tempo, emocionais e financeiras -, se converteu em um poderoso mediador para as relações sociais (cf. VAN DIJCK, 2016, p. 54), que modula a performatividade dos sujeitos e não apenas facilita a produção da socialidade.

O trabalho de Eva Illouz (2007) oferece insights valiosos sobre como as tecnologias não constituem apenas parte do nosso aparato de comunicação, mas passam a integrar também nosso aparato emocional e se vinculam a mudanças subjetivas profundas. Nesse sentido, serviços comerciais de busca por parceiros online podem ser sintetizados como mídias conectivas que produzem a socialidade entrelaçando emoções, tecnologia e ação econômica.

Os smartphones são tecnologias tributárias do período da Guerra Fria. Em meio a chamada “corrida espacial”, os processos de miniaturização da tecnologia se revelaram cruciais. Naquele momento, reduzir o tamanho dos equipamentos mantendo o seu desempenho figurava como uma questão crucial para pudessem chegar ao espaço. Foi nesse processo que os antigos *mainframes* que povoaram o imaginário da década de 1950 foram reduzidos.

Anos mais tarde, durante as décadas de 1980 e 1990, os computadores passaram a ter sua utilização nos ambientes de trabalho e no meio doméstico (ATHIQUE, 2013). “A história das mídias digitais, como a conhecemos, é moldada por um contexto de transição que fez de um equipamento comunicacional bélico uma arma de mercado, de consumo e de comunicação em rede” (PADILHA; FACIOLI, 2018).

Mas como a introdução de novas formas de conexão são articuladas à vida nas comunidades e como o desenvolvimento de tecnologias - *hardware*, *software* e *design* - se alinham aos deslocamentos na experiência dos sujeitos? Como estruturas tecnológicas se relacionam com a cultura? Quais os sentidos atribuídos pelos os sujeitos à busca por sexo casual online?

Existe uma forte inclinação contemporânea a relacionar as mudanças tecnológicas ocorridas nas últimas décadas como causa para a explosão de novos comportamentos, o que inclui novas práticas sexuais. De maneira quase obsessiva, essa tendência se expressa nas mais variadas áreas se estendendo desde a psicologia até os sofás dos programas televisivos matutinos ora dizendo sobre como a tecnologia melhora, ora sobre como piora a qualidade e a dinâmica das relações.

A expectativa de que a tecnologia produza mudanças sociais, de que ela resolva antigos problemas e apresente solução para os novos é tão antiga quanto a própria tecnologia. A teoria da modelagem social da tecnologia proposta por Donald MacKenzie e Judy Wajcman (1999) demonstra que tecnologias são socialmente contextualizadas e que seu design, desenvolvimento, utilização, domesticação e rejeição são moldados pelas relações sociais a sua volta. De modo semelhante, Williams (2016) observou que o surgimento de uma nova tecnologia por si não acarreta mudanças de comportamento. Historicizando os processos tecnológicos, este autor oferece considerações importantes sobre o modo como se dá a articulação da tecnologia com grupos específicos de interesse dentro de certa ordem social.

Tendo em vista o estado atual de desenvolvimento das mídias digitais é possível supor que as coisas se tornaram mais complexas, na medida em que novos sujeitos, agentes e artefatos se tornaram atuantes nas interações. Analisando a cultura da conectividade, Van Dijk (2016, p.60) nota que a socialidade online passou a ser, cada vez mais, “o resultado de uma coprodução entre humanos e máquinas”. A socióloga holandesa destaca o modo como as estruturas tecnológicas constituem um meio indispensável para investigar como elas próprias atuam nas interações sociais e se relacionam com a cultura.

Afinal, no contexto do interior paulista, os aplicativos de busca por parceiros inauguram a prática do sexo casual ou apenas intensificam uma prática social preexistente? De que maneira as mídias digitais remodelaram as antigas práticas sob novas condições tecnológicas? Como as práticas são atualizadas e quais são os novos sentidos que adquirem? De que maneira o sexo se insere na gramática que rege a busca por parceiros em um contexto marcado por restrições às expressões públicas consideradas homossexuais?

1.4 O TERRITÓRIO DA PESQUISA: CARACTERÍSTICAS SOCIOESPACIAIS DA REGIÃO DE SÃO CARLOS

O trabalho de campo etnográfico foi realizado a partir do contato estabelecido com os usuários dos Apps tendo como base territorial São Carlos, município localizado na região

Centro-Leste do estado de São Paulo, a uma distância rodoviária de 235 quilômetros da capital, com uma população recenseada em 249.415 habitantes¹³.

São Carlos é considerada uma cidade de porte médio para os padrões locais. As cidades que integram a região da pesquisa apresentam diferenças em termos populacionais e com relação às atividades em torno das quais se organizam. Cidades como Ribeirão Preto, a maior da região, usadas para necessidades mais associadas à metrópole ou que não estão disponíveis nas cidades menores. São Carlos e Araraquara, cidades que reúnem quatro três grandes universidades públicas, concentram um grande número de estudantes, muitos de cidades menores da região. Mas também são atravessadas ruralidades e urbanidades que variam de intensidade em um curto espaço geográfico. De ônibus ou carro é possível ir do centro às comunidades rurais em torno da cidade em poucos minutos.

Existe uma dinâmica local que favorece a circulação de pessoas pelas cidades que compõem a região, o que acaba resultando numa conexão entre cidades vizinhas e de porte semelhante que, por sua vez, estão conectadas com as cidades menores e comunidades rurais que se espraiam ao redor. O mesmo se passa com as cidades maiores, como Ribeirão Preto, com uma população estimada em 694.534 habitantes¹⁴.

A localização desempenha um papel definidor na composição da rede de contatos, o que reflete na interface dos aplicativos as condições em que se dá a busca por parceiros. Desse modo, em cidades menores e comunidades rurais existe um número menor de usuários enquanto em cidades médias e maiores o número de perfis nas proximidades aumenta. Uma vez que a proximidade dos contatos é determinante para apresentar os parceiros, as propriedades da interface acabam facilitando o contato entre pessoas que vivem em cidades menores com pessoas que estão em cidades maiores.

Pode-se caracterizar a dinâmica socioespacial da região a partir das atividades socioeconômicas organizadas em torno da agroindústria, o que equivale a dizer que a dinâmicas da atividade urbana também é induzida pelo setor agroindustrial. A agroindústria pode ser entendida como um referente consolidado para a economia local, mas também é significativa a presença de pequenos agricultores, que vivem em pequenos sítios e chácaras espraiados pela região. Quer seja nas cidades grandes, médias ou de pequeno porte são contextos atravessados

13 Fonte: IBGE Panorama. Dados referentes ao ano de 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-carlos/panorama>

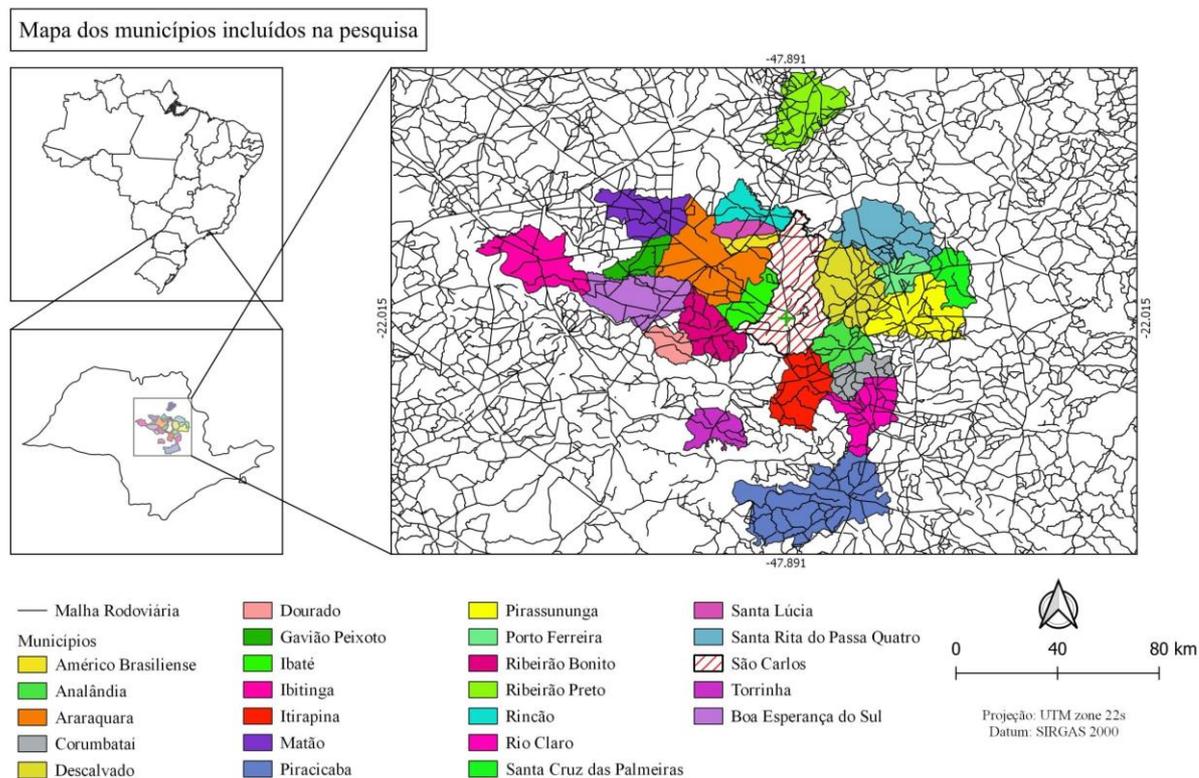
14 Fonte: IBGE Panorama. Dados referentes ao ano de 2019. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/sao-carlos/panorama>

por valores ligados à vida no campo, permeado por moralidades conservadoras e centradas em valores familistas, na maioria das vezes, com apelo religioso.

Nesses últimos 20 anos, a “interiorização” do desenvolvimento econômico remodelou a dinâmicas socioeconômica paulista complexificando a dualidade *região metropolitana* – interior, predominante na literatura produzida sobre o tema até os anos 70. Com a consolidação de novas regiões metropolitanas e outras em processo de formação, pólos regionais emergiram com algum grau de integração econômica resultando em campos de pesquisa e produção industrial especializados em atividades locais.

Essa nova configuração socioeconômica resultou em uma nova conurbação com reflexos na infraestrutura local. Para servir aos pólos, as demandas a integração da malha viária e a interiorização da mão de obra da capital foram canalizadas pela política de investimentos no setor de infraestrutura, o que conectou as cidades facilitando o trânsito de mercadorias e pessoas.

FIGURA 1- MAPA DOS MUNICÍPIOS SELECIONADOS



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE

FONTE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Uma vez que a infraestrutura que conecta as cidades oferece condições para o deslocamento usando automóvel ou ônibus, ter ou não carro acaba se tornando um eixo definidor para os encontros. Sendo assim, pessoas que não dispõem de meios próprios para a locomoção ou que dispõem de menos dinheiro tendem a circular menos e, conseqüentemente, acabam buscando por parceiros situados em localidades geograficamente próximas. Observei que homens com automóvel tendem a avaliar a possibilidade de encontrar um parceiro distante de acordo com a atração. Essa operação aparece sintetizada na fala de um rapaz com quem conversei: “se o cara tiver longe e for feio eu não vou, mas se valer a pena, quem sabe?”.

As características socioespaciais da região também tornam recorrente a presença de perfis com a frase “de fora”, usada para sinalizar alguém que está a trabalho ou a passeio pela cidade. No jogo enredado pela interface “perto” e “longe” ganham um sentido relacional nesse contexto. Distâncias geográficas podem ser aproximadas pelo interesse do parceiro ou proximidades podem ser estendidas de acordo com as distâncias sociais entre as posições ocupadas pelos sujeitos.

Ao articular a observação offline com as interações online buscarei relacionar o modo como tais recursos são mobilizados nas atividades cotidianas e nos contextos de uso. Com esse movimento (das pessoas em direção à tecnologia e da tecnologia em direção às pessoas) espero produzir novos *insights* sobre como estamos tratando não apenas de equipamentos de comunicação usados individualmente, mas de contextos comunicacionais que são moldados por problemáticas estruturais e que envolvem questões de caráter social, cultural, coletivo e, portanto, político.

A produção do espaço urbano está atrelada a processos históricos associados às políticas de apropriação do território que tendem a produzir modos de organização não apenas espaciais, mas também culturais da vida social. A chegada da internet comercial, em 1997, foi marcada por deslocamentos no aparato legal embebido em um conjunto de políticas públicas de privatizações, que inclui as telecomunicações, e que se relacionam diretamente com o fechamento ou as restrições aos acessos e aos usos dos espaços públicos. Tais mudanças resultaram em uma alteração significativa no modo de ocupação das cidades.

A região que compreendida pela pesquisa congrega cidades sobre as quais os sujeitos estabelecem diferentes considerações. Cidades menores, por exemplo, em muitos casos, são usadas como “cidades dormitórios”, o que se justifica pelo menor preço dos aluguéis e pela proximidade com cidades maiores nas quais os residentes podem trabalhar e voltar. Outras, como São Carlos e Ribeirão Preto são marcadas pela presença de condomínios residenciais e um grande número de estudantes universitários.

Trata-se de um contexto atravessado pela emergência e pela expansão de uma mentalidade tipicamente associada às “sociedades de serviços” contraposta ao declínio das chamadas “sociedades industriais”. Assim, os serviços comerciais de busca por parceiros podem ser entendidos a partir de um contexto de recepção dessas tecnologias que permite tomá-los como parte dessa “mentalidade”.

Em São Carlos, nos últimos anos, foi possível acompanhar um progressivo fenômeno da privatização dos espaços públicos. Disso resulta que todo o circuito de lazer e de encontrar das pessoas mais jovens está organizado em torno de bares e boates. A mesma coisa se passa em cidades maiores, como Ribeirão Preto, representada pelos meus interlocutores como mais associadas à vida na metrópole. Para muitos dos rapazes com quem conversei, frequentar esses espaços exige um dinheiro do qual não dispõem.

Por um lado, os aplicativos entram no contexto das cidades menores como um espaço semi-público do qual é possível usufruir estabelecendo contatos, ao abrigo do olhar público, em um contexto para o qual o reconhecimento da homossexualidade constitui motivo de conflito e, até mesmo, riscos. Por outro lado, reproduzem e reforçam a lógica de privatização e interiorização dos espaços públicos moldados pelo controle social.

Em cidades médias ou pequenas, onde não existem espaços reconhecidamente voltados ao público gay ou abertos à sua presença, os aplicativos conduzem a um tipo de abandono do espaço público, o que se reflete nas queixas e considerações por parte de homens mais velhos de que tecnologias digitais acabaram com os antigos locais de “pegação”. Observação semelhante a essa foi também registrada pelo meu orientador durante sua pesquisa em San Francisco.

Em contextos desse tipo, onde muitos se conhecem, ser reconhecido publicamente como homossexual, quando menos, pode resultar em uma série de rótulos estigmáticos dos quais muitos sujeitos desejam se livrar. Especialmente nas cidades pequenas, mas também de médio porte, não é incomum que as pessoas se reconheçam, de modo que as fofocas e comentários sobre a vida alheia acabam funcionando como mecanismos de controle social. Em comunidades menores, onde todos se conhecem, ser rotulado pode representar o carimbo no passaporte para a desigualdade.

Entre meus interlocutores, os estigmas que envolvem a homossexualidade comunicam sobre “as convenções que dividem aquelas formas de expressão do desejo consideradas aceitáveis daquelas tidas como imorais” (PADILHA, 2015a, p.20). Acompanhando a feminista Teresa de Lauretis (1994), os Apps podem ser também compreendidos como “tecnologias de gênero” uma vez que se constituem, ao mesmo tempo, como artefatos tecnológicos e discursos

institucionais. Compreendido como uma relação social, o gênero é constantemente refeito por meio de várias tecnologias e discurso, que disputam o controle dos campos de significação social para então produzir, promover e implantar determinadas formas inteligíveis de representar o próprio gênero.

Como parte do que anima o gênero, o desejo pode igualmente ser compreendido como um artefato culturalmente modelado pelos incentivos, pelas recompensas, e, também, pela violência social e pelo medo da exclusão. As análises feministas ofereceram um caminho profícuo para pensar a produção do gênero como um trabalho que precisa ser constantemente refeito, cujo resultado é tanto o produto, quanto o processo da sua própria representação. Nos termos de Lauretis (1996, p. 15), “a construção do gênero é o produto e o processo de ambas, da representação e da auto-representação”.

Vistas como tecnologias de gênero, as plataformas de busca por parceiros podem servir como um índice para entender as restrições mais amplas presentes em cada contexto e podem ser eloquentes a respeito da política, desejo, lutas, protesto, afetos, sexualidade, economia. Vistos pelo avesso, os perfis construídos nas plataformas pelas quais me conectei apontam para os fantasmas que assediam alguns ideais públicos da masculinidade heterossexual cristalizados em nossas convenções culturais.

O fato de que o segredo apareça como um elemento fundamental na busca, especialmente para os homens na faixa dos 30 anos, sinaliza que não existe apenas uma marca geracional na associação entre homossexualidade e estigma, mas que essa percepção intuitiva se consolida para eles com a experiência de ingresso no mercado de trabalho. Isto porque, embora possa parecer otimista a minha visão sobre os “mais jovens” e suas “posturas contestatórias”, vale lembrar que os estudantes universitários integram a maior parte da amostra. Sendo assim, muitos residem com outros jovens em repúblicas nas cidades onde estudam e que, quase sempre, são diferentes do local de origem.

Estudantes universitários nem sempre estão inseridos no mercado de trabalho formal e, para a maioria dos jovens com quem mantive contato, o trabalho aparecia na forma de vínculos informais como, por exemplo, bicos como garçons em bares e eventos. Havia também uma parte dos estudantes vinculados a programas de estágios universitários e, para muitos desses rapazes, a escolha das fotografias que mantinham nos perfis envolviam cálculos relacionados ao medo de retaliações no espaço do trabalho.

Muitos deles, incluindo alguns que se afirmavam como gays assumidos, confessaram trocar as fotografias dos perfis quando voltavam para a casa dos pais na cidade natal com o

objetivo de minimizar o risco de que alguém “conhecido” pudesse identifica-los no aplicativo gerando consequências que poderiam incidir sobre as relações familiares.

Seguir os perfis dos estudantes universitários por um longo período também permitiu observar como, ao ingressarem no mercado de trabalho formal, muitos passavam a esconder o rosto nas imagens e retiravam os *links* para conexão com serviços de redes sociais, como Facebook e Instagram, nos quais familiares e colegas de trabalho estavam integrados. O esforço para manter as esferas separadas reforçou minha compreensão a respeito do trabalho como um eixo para explicar o segredo.

Ainda assim, mesmo permanecendo a constatação de que os homens mais jovens colocam em circulação outro vocabulário para lidar com o desejo mais vinculado à “identidade” do que aos tropos da “patologia” da “vergonha” ou até mesmo do “pecado”, é possível manter a compreensão de que o segredo é a alma do negócio em contextos que não oferecem condições culturais e políticas de reconhecimento recíproco para as pessoas que se afirmam publicamente homossexuais. Esse aspecto chama atenção para como o digital replica e estende desigualdades sociais preexistentes.

Os serviços comerciais de busca por parceiros emergem em um arranjo tecnocultural, que faz da tecnologia uma solução provisória e imperfeita para uma questão cultural: o problema da ausência de reconhecimento ou do reconhecimento precário da homossexualidade (MISKOLCI, 2017).

Pode-se certamente admitir que a tecnologia confere agência aos sujeitos - na medida em que possibilita o arranjo estratégico das conexões ao abrigo do olhar público - sem alegar que é determinante ou que permita romper com todas as contingências do local - as pressões na família e no trabalho, por exemplo. Do mesmo modo, pode-se admitir que as interações mediadas pela tecnologia são radicalmente condicionadas, sem declarar que elas sejam radicalmente determinadas. E, embora sejam produções sociotécnicas que conectam humanos e máquinas, isto não precisa nos conduzir a uma explicação em que a tecnologia seja um mero sintoma de uma determinada ordem social.

1.5 CRITÉRIOS E ESTRATÉGIAS DE PESQUISA

Esta é uma tese que parte de uma abordagem etnográfica sobre a busca por sexo casual nos aplicativos de busca por parceiros para homens gays. Durante a execução da pesquisa, os interlocutores foram todos inicialmente contatados a partir de 3 plataformas comerciais de busca por parceiros. Os serviços analisados formam redes homossociais, ou seja, são ambientes

digitais formados exclusivamente em torno de identidades masculinas. Em parte, esta é uma das razões pelas quais a presença das mulheres figura apenas de maneira lateral ao longo do texto, elas aparecem como mães, irmãs, avós, tias, primas, amigas, chefes e, por vezes, esposas. Isto será melhor compreendido deixando evidente que a homosocialidade opera como um elemento definidor do campo.

A maioria dos interlocutores representa outro coorte igualmente crucial para a definição do escopo empírico da pesquisa. Os aplicativos são de uso expressamente restrito a pessoas com idade acima de 18 anos. Sendo assim, ainda que ocasionalmente tenha me deparado com alguns adolescentes nas plataformas, em todas as vezes que esse fato ocorreu optei por não prosseguir a interação interrompendo o contato assim que fui informado sobre a idade.

As primeiras interações entre mim e os interlocutores foram sempre iniciadas por meio dos aplicativos e, mais tarde, informados sob as condições da pesquisa, a partir do interesse e concordância dos interlocutores em colaborar com o estudo, foram estendidas para interações e conversas em outras plataformas de conexão. Sendo assim, sempre que possível e mediante o consentimento das pessoas com quem conversava, busquei estender as interações até alcançar entrevistas realizadas em encontros face a face. Com isso, operei na articulação entre on e offline de maneira contínua e relacional. Portanto, os sentidos atribuídos aos usos sociais das mídias digitais apenas podem ser compreendidos considerando modo como estão articulados aos diferentes contextos locais.

Em termos metodológicos, os trabalhos de Néstor Perlongher (2008), Laud Humphreys (2008) e A. J. Barnes (1954) me inspiraram na construção de uma abordagem que tomava do campo como uma rede de interlocutores. Durante a pesquisa, busquei obter informações sobre os vínculos sociais estabelecidos entre os sujeitos que se dispuseram a colaborar com o estudo – com quais pessoas eles se relacionavam, por quais locais transitavam e em que tipos de atividades se envolviam em suas rotinas diárias.

A partir desses três enfoques conduzi observações livres, entrevistas itinerantes e entrevistas profundas, de acordo com a disposição dos sujeitos em colaborar com a pesquisa. Operando de forma mais aberta meu propósito foi obter novas informações sobre o funcionamento das plataformas de busca por parceiros, bem como sobre as redes sociais em que os participantes se envolviam sempre que possível. Conversas via aplicativos de mensagem também permitiram complementar informações já registradas.

Com o objetivo de construir uma caracterização sociológica dos interlocutores e dos usos que eles faziam dos serviços comerciais de busca por parceiros, as entrevistas foram guiadas a partir das seguintes questões:

- a) Idade; profissão e local de moradia.
- b) Há quanto tempo e como você conheceu o aplicativo?
- c) Por que você decidiu usar o aplicativo?
- d) Quais são suas impressões sobre o aplicativo?
- e) Antes dos aplicativos, você usava outras redes para buscar parceiros na internet?
 - i - Se sim, quais?
 - ii - Se não, como fazia?

Com esse roteiro para as entrevistas busquei perceber os aspectos preexistentes aos serviços de busca por parceiros, sem deixar de fora as formas como os sujeitos chegavam às redes.

As plataformas oferecem um ambiente que não molda apenas o roteiro das interações, mas também a pesquisa. Como pesquisador eu tinha o dever de informar meus interlocutores sobre as condições do estudo e, para tanto, precisava solicitar e obter o consentimento de cada um dos interlocutores para que pudesse usar das informações. Essa negociação foi feita pelas mídias, mas também foi reiterada quando ocorreram encontros presenciais.

A arquitetura da plataforma facilitou o acesso a informações como idade, profissão e local de moradia, mesmo antes das primeiras interações online, uma vez que os perfis apresentavam esses dados. Entretanto, as entrevistas e conversas foram fundamentais para recompor os contextos e para consolidar os laços de confiança que considero ter estabelecido com meus interlocutores.

Seguindo procedimentos éticos, logo nas primeiras interações, tornei explícito para todos os potenciais participantes da pesquisa as condições e objetivos do trabalho e a garantia de anonimato. Com o objetivo de preservá-los, ao longo do texto substituí todos os nomes originais por outros. Com a mesma intenção, apenas apresento os textos dos perfis porque, com o passar do tempo, eles foram mudados pelos autores ou simplesmente deixaram de existir, como nos casos em que os sujeitos abandonaram as plataformas. Portanto, esses textos devem ser entendidos como retratos de um momento da pesquisa, como fotografias da experiência do sujeito e, portanto, como enquadramentos situados no tempo e no espaço.

Do mesmo modo, ao longo do texto tomei o cuidado de não associar meus interlocutores diretamente ao local onde residiam. Dois casos foram exceções. Sendo assim,

apenas nos casos de Rafael e Renan, ambos abertamente homossexuais, mencionarei o nome das cidades, e apenas o faço considerando que obtive autorização expressa por parte deles.

As falas que apresento ao longo do trabalho foram extraídas a partir dos dois cadernos de campo que produzi ao longo da pesquisa, nos quais realizei anotações sobre impressões, fragmentos de conversas, descrições dos contextos e outras anotações que considerei relevantes. Posso dizer que, para mim, a sistematização de informações obtidas a partir de conversas fragmentadas, na maioria das vezes mediadas por aplicativos de mensagens, foi a parte mais desafiadora do trabalho de campo.

Embora exista uma tendência a considerar a internet a partir de seu potencial de alcance global, o trabalho de campo reforçou a compreensão de que as pessoas usam a internet para desempenhar atividades com as quais elas estão envolvidas no cotidiano local. Por exemplo, ainda que a ferramenta de exploração do aplicativo Hornet permita visualizar os perfis disponíveis em Nova Iorque, Roma, São Paulo ou em qualquer outra cidade do mundo, as pessoas desejam estabelecer contato com as pessoas próximas de onde estão: *“Se estiver a mais de 5 km nem me escreva. Não faz sentido perdermos nosso tempo se não vamos nos encontrar. Se quiser ver nudez vá ao XVideos”* dizia Luiz, um vendedor, de 29 anos, em seu perfil no Grindr.

Considerando meu interesse pelo sexo casual e sem compromisso implícito à busca por parceiros por meio das mídias geoconectivas no contexto do interior paulista, adotei os aplicativos como fio condutor para iniciar as conversas com os interlocutores. Assim, busquei conhecer a trajetória de aproximação e uso de cada um com os aplicativos procurando entender com quais finalidades cada uma das plataformas era usada e a percepção que os sujeitos tinham sobre elas. Além dos aspectos envolvendo o uso, seguindo a sugestão de William Dutton (2013), busquei entender o não-uso, isto é, sob que circunstâncias o uso passava a ser deixado de lado ou até mesmo era considerado indesejável?

Com o passar do tempo, em alguns casos - como ocorreu com Rafael - consegui estabelecer com os interlocutores relações mais duradouras ou menos perenes. Quando ocorreu, a consolidação de vínculos de confiança não resultou apenas entrevistas mais ricas em detalhes, mas também me permitiu adentrar o universo íntimo dessas pessoas. Ocasionalmente, pela convivência aproximada, cheguei a participar de interações com esses interlocutores e familiares ou pequenos grupos de amigos. Também não foram raras as vezes em que “um amigo de um amigo” me foi apresentado por alguém que conhecia minha pesquisa. Quase sempre, o argumento envolvia alguma história que eu não poderia deixar de ouvir. E ouvi todas.

Quando meu interlocutor permitia eu gravava a conversa, mas a pesquisa com mídias digitais se revelou um tipo de investigação privilegiada na medida em que os dados automaticamente passam a produzir sua própria documentação. Para tomar emprestada a imagem construída por Cati Vaucelle (2008), não são apenas os usuários que formam “uma nova geração de colecionadores digitais”, mas também o próprio pesquisador envolvido com o digital acaba se convertendo num coletor e colecionador de artefatos e informações digitais, que age amarrando os objetos da coleção a uma infinidade de recursos informacionais que podem ser úteis para os propósitos da sua investigação¹⁵.

Portanto, fazer uso de um dos 3 serviços comerciais de busca por parceiros delimitados pelo recorte, estar localizado em um raio de até 100 quilômetros de distância e ter acima de 18 anos de idade foram os únicos critérios pré-definidos para o contato com os sujeitos da pesquisa. Não foi estabelecida de antemão uma quantidade limitada de sujeitos que seriam entrevistados. Não me sinto confiante para informar com precisão o número de usuários com quem interagi ao longo dos últimos 6 anos, mas, certamente, foram algumas centenas e eu parei de contá-los quando já eram mais de 500. Entretanto, nesse período, entrevistei e conversei pessoalmente com 82 homens, que informados sob as condições da pesquisa, mostraram interesse se disposto a colaborar com o estudo.

Procurei manter controle sobre as interações esporádicas, mas apenas aquelas que considerei relevantes porque ofereceram algum *insight* valioso para a pesquisa. Nesses casos, procedi anotando no caderno de campo as interações que aconteciam e as situações observadas, assim como algumas reflexões produzida com base nelas. Dessa grande quantidade de contatos foi possível extrair comportamento mais regulares separando-os daqueles comportamentos dissidentes, do ponto de vista das práticas sociais mais e menos frequentes nas plataformas.

No caso das pessoas que se mostraram dispostas a participar e que concordaram em colaborar com a pesquisa, elaborei fichas individuais com informações como idade, profissão, características físicas, escolaridade e região onde residiam. A cada ficha passei a acrescentar todo tipo de informação a qual tive acesso durante as conversas. O acúmulo de interações

15 De modo complementar, Richard Miskolci e Fernando F. Balieiro (2018, p. 146-147) observam que “os megadados trouxeram discussões sobre as novas formas de controle social e exploração midiático-comercial das relações sociais no presente assim como originaram reflexões metodológicas para lidar com essa nova realidade. Por sua vez, tal perspectiva deixou de explorar outras novidades, como o fato de que nas relações mediadas digitalmente tudo passa a ser documentado criando um arquivo crescente e rico para a pesquisa social qualitativa (o que alguns tratam como *small-data*). Frequentemente os arquivos gerados pelas interações mediadas abrem aos investigadores um domínio inexplorado até recentemente, já que as plataformas de socialização permitiram a circulação de formas de comunicação cujo conteúdo antes era relegado à privacidade”.

sempre gerava alguma nova informação e, com o passar do tempo, os registros acabaram se tornando mais completos, o que acabou facilitando a caracterização sociológica dos sujeitos.

Embora o contato inicial tenha se dado por meio das mídias geoneconectivas, considero importante destacar que isto não quer dizer que as interações tenham sido exclusivamente restritas às interfaces. Além disso, as pessoas transitam por diferentes plataformas com os mais variados propósitos e, conforme o trabalho de campo mostra, as condutas dos sujeitos tendem a mudar radicalmente de acordo com a plataforma em questão. Assim, busquei me inserir no maior número de plataformas possíveis com as quais os interlocutores estavam engajados, o que ofereceu a oportunidade de refletir sobre o peso que a dimensão da infraestrutura tem na definição das interações online.

Plataformas são regidas por protocolos que, nos termos de Alexander Galloway (2004, p. 121), pode ser entendido como “um conjunto técnico de regras cujas formas de uso são dadas pela forma como foi programado e pela forma como os seus proprietários o governam ou o administram”. Assim, não apenas o registro de dados dos sujeitos importava para a pesquisa, mas, sobretudo, foi preciso entender os termos que regulavam os usos de cada plataforma.

Passei então a ler os regulamentos e termos de conduta que regulam os serviços geolocalivos de busca por parceiros. Por exemplo, o regimento que regula o direito de propriedade do aplicativo Grindr, um dos aplicativos incluídos na pesquisa, expressa que:

Os Serviços da Grindr são da propriedade da Grindr e geridos pela Grindr. Os Serviços da Grindr, conteúdos, interfaces visuais, informação, grafismo, design, compilação, códigos informáticos, produtos, software, serviços, incluindo as aplicações para dispositivos móveis, e todos os outros elementos dos Serviços da Grindr (coletivamente, os “Materiais”) estão protegidos por *copyright*, imagem comercial, patentes e legislação de marcas norte-americanos, leis e convenções internacionais e todos os outros direitos relevantes de propriedade intelectual e propriedade, e leis aplicáveis. Todos os Materiais que fazem parte dos Serviços da Grindr são propriedade da Grindr ou suas subsidiárias ou afiliadas e/ou terceiros licenciados. Todas as marcas, marcas de serviços e nomes comerciais exibidos nos Serviços da Grindr são propriedade da Grindr ou suas afiliadas e/ou terceiros licenciados. Exceto conforme expressamente autorizado pela Grindr nos termos do presente Acordo, concorda não vender, licenciar, distribuir, copiar, modificar, apresentar ou exibir publicamente, transmitir, publicar, editar, adaptar, produzir trabalhos derivados ou de outro modo utilizar sem autorização os Materiais. (Termos de serviço do Grindr)¹⁶

Respeitando as interdições expressas nos termos de uso, optei por não expor as imagens das interfaces dos aplicativos, bem como o logotipo e quaisquer informações que ferissem a regulamentação expressa, exceto quando as imagens são apresentadas pela publicidade dos serviços.

16 Na página 6 de 47. Disponível em: <https://www.grindr.com/terms-of-service/PG.html>.

Em duas ocasiões diferentes tentei estabelecer contato com a empresa, com a intenção de conseguir a autorização para exibição de partes do grafismo da interface no texto final da tese. Entretanto, não obtive resposta alguma. Desse modo, a fim de evitar eventuais conflitos mais adiante, ao longo do trabalho, quando for necessário, as interfaces serão descritas e não serão reproduzidas no texto.

O trabalho de Gleiton Bonafante (2016), analisando o mesmo aplicativo, exemplifica como estratégias criativas podem ser mobilizadas para lidar com as restrições impostas pelos protocolos, mas também para garantir a privacidade dos sujeitos que colaboram com a pesquisa. Ao invés de usar fotografias dos perfis com os quais interagiu durante a pesquisa, o autor optou por recriar os perfis a partir de desenhos feitos à mão e, com criatividade, conseguiu garantir a presença dos elementos semióticos cruciais para sua análise, sem correr o risco de violar os termos de uso e minimizando o risco de exposição para os sujeitos pesquisados.

Além dos protocolos de uso, também juntei aos materiais de campo reportagens jornalísticas sobre acontecimentos relacionados às 3 plataformas, informativos publicitários sobre os serviços, entrevistas concedidas pelos criadores de cada um dos aplicativos, assim como alguns relatos feitos por desenvolvedores nas páginas pessoais que mantém em plataformas como Facebook e Twitter. Isso foi possível não apenas porque as empresas mantêm perfis públicos, mas também porque os criadores das plataformas são bastante ativos nessas páginas e se engajam nas interações com usuários e outros desenvolvedores.

Inspirado pelas ideias de Peter Spink (2013), considero que durante a pesquisa as mídias geoconectivas e, mais especificamente, as plataformas de busca por parceiros figuraram para mim como “campo-tema”. Para este autor, que parte de uma compreensão do campo como o resultado de um debate constante, como um complexo de redes de sentidos que se interconectam, o campo-tema não representa um lugar específico, mas uma processualidade de temas em torno dos quais o pesquisador se situa, mas sem limites ou fronteiras pré-estabelecidas.

Uma vez que estamos tratando de tecnologias que atravessam a vida cotidiana num contexto de mercado em constante desenvolvimento, que conta com massivos investimentos em publicidade, não seria plausível isolar um recurso tecnológico e seus usuários desconsiderando o alto nível de integração e convergência que fundamentam as mídias digitais. Considerando meu objetivo de formar uma compreensão sobre a forma cultural dos serviços comerciais de busca por parceiros online, todas as informações em torno desse tema às quais tive acesso durante a pesquisa acabaram informando minha compreensão do contexto.

1.6 A PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa de campo propriamente dita iniciou-se em 2013, ainda no mestrado, e, após 2015, foi estendida e aprofundada durante o doutorado. Nesse período, realizei um total de 82 homens por meio das mídias e em encontros face a face. Diferentes estratégias de pesquisa foram combinadas em cada etapa do trabalho de campo.

Num primeiro exercício metodológico de organização das observações empíricas, dediquei-me a coleta e categorização dos dados presentes nos perfis de mais de duas centenas de usuários situados na região pesquisada. A coleta incluiu as imagens dos perfis, a localização, idade e os textos de apresentação. Mais tarde, sempre que possível, foram adicionadas informações obtidas em interações pelo aplicativo e por meio das entrevistas.

Inicialmente, meu objetivo foi produzir um enquadramento capaz de analisar tanto as práticas sociais nos aplicativos, quanto os significados que os sujeitos atribuíam a essas práticas. De resumido, eu queria dar conta dos significados atribuídos pelas pessoas às suas vidas, às tecnologias e às experiências de busca, a partir de uma compreensão situada da tecnologia, sem resvalar pelas explicações moldadas pelo determinismo tecnológico ou por uma visão romântica da tecnologia como solução para os problemas.

Para situar a pesquisa etnográfica em termos metodológicos, acompanhei a sugestão de Burrell (2009) e considerei que os aplicativos como uma referência para situar o campo etnográfico. Assim, os aplicativos localizam o campo a partir de uma rede que incorpora espaços físicos, ambientes virtuais e imaginários. O campo é, portanto, uma construção abstrata produzida a partir de um conjunto articulado de materialidades e práticas sociais.

A proximidade é um dos elementos cruciais para o contato entre os usuários, uma vez que toda a funcionalidade central apresentada pelos Apps está organizada em torno do georreferenciamento. Isso faz com que qualquer explicação sobre as mídias geoconectivas seja inseparável de uma compreensão sobre o local onde se passam as dinâmicas dos usos.

Além disso, por uma questão de logística da pesquisa, considerando a configuração que caracteriza a formação urbana dessa região interior paulista, moldada pela integração de polos regionais e regiões metropolitanas, foi necessário delimitar a partir de critérios específicos a região geográfica que seria coberto pelo estudo.

Em 2013, quando os aplicativos começaram a ganhar popularidade no Brasil, algumas versões gratuitas permitiam o contato entre usuários num raio de até 100 quilômetros. Como eu usava apenas a versão gratuita do App, naquele momento considerei que o raio da pesquisa estava delimitado pela própria infraestrutura da tecnologia. Com o passar do tempo, as

interfaces dos aplicativos mudaram, alguns recursos foram suprimidos, outros restritos exclusivamente às versões pagas ou promocionais e novas funcionalidades foram apresentadas ao público. No entanto, o raio de aproximadamente 100km a partir da cidade base foi mantido como critério para a delimitação do campo.

Entre as cidades que formam os polos e regiões metropolitanas do interior paulista, como é o caso de São Carlos, o deslocamento de pessoas a trabalho, estudo ou a passeio é algo bastante comum. A malha viária permite que os trajetos entre uma cidade e outra possam ser realizados em aproximadamente 1 hora ou menos. É comum, por exemplo, que pessoas residam em cidades menores e trabalhem em cidades médias ou grandes espalhadas pela região. Por isso, não apenas considerando a execução do trabalho de campo, mas o próprio contexto local, optei por manter a distância entre a base e as cidades abarcadas pela pesquisa em aproximadamente 100 km.

Assim, além daqueles sujeitos que moravam, estudavam ou trabalhavam em São Carlos, também interagi, entrevistei ou conversei com homens de outras 23 cidades próximas. A tabela abaixo apresenta o nome de cada município, a distância rodoviária em relação a São Carlos e a população estimada para o ano de 2018 pela plataforma Panorama do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), assim como o número de entrevistas realizadas em cada uma das cidades.

QUADRO 1 - DESCRIÇÃO DOS MUNICÍPIOS

Município	Distância em rodoviária de São Carlos	População estimada em 2018 (IBGE Panorama)	Número de entrevistas realizadas
São Carlos	base da pesquisa	249.415 pessoas	14
Ibaté	19 km	34.726 pessoas	3
Araraquara	35 km	233.744 pessoas	11
Itirapina	39 km	17.922 pessoas	2
Descalvado	44 km	35.520 pessoas	1
Ribeirão Bonito	47 km	13.137 pessoas	2
Analândia	49 km	4.933 pessoas	2
Corumbataí	55 km	40.047 pessoas	1

Américo Brasiliense	56 km	39.962 pessoas	1
Dourado	60 km	8.868 pessoas	1
Porto Ferreira	60 km	55.787 pessoas	2
Rincão	62 km	10.786 pessoas	2
Santa Lúcia	63 km	8.779 pessoas	2
Rio Claro	66 km	204.797 pessoas	3
Boa Esperança do Sul	70 km	14.824 pessoas	1
Matão	73 km	82.702 pessoas	2
Gavião Peixoto	74 km	4.762 pessoas	2
Pirassununga	80 km	75.930 pessoas	3
Santa Rita do Passa Quatro	82 km	27.514 pessoas	2
Torrinha	86 km	9.693 pessoas	3
Santa Cruz das Palmeiras	86 km	33.975 pessoas	2
Ibitinga	112 km	59.421 pessoas	3
Piracicaba	102 km	400.949 pessoas	4
Ribeirão Preto	103 km	694.534 pessoas	9

FONTE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

*Nota: Dados organizados pelo pesquisador.

Um número menor de interlocutores manteve contato permanente desde a primeira fase da pesquisa, alguns contatos se desfizeram e outros novos foram criados.

Cleber, um dos interlocutores de quem fiquei mais próximo no início da pesquisa, em 2017, já separado do companheiro com quem vivia quando nos conhecemos, aceitou uma proposta de trabalho que recebeu para viver em uma cidade maior e mudou-se de São Carlos (cf. PADILHA, 2015a, p.90). Atualmente, nosso contato é restrito a plataformas como o

Facebook. Rogério ainda vive na mesma cidade e de tempos em tempos escreve perguntando sobre como anda a pesquisa (cf. PADILHA, 2015a, p.101). Saulo e Marcos, embora vivam na mesma cidade, não mantiveram mais contato comigo.

As entrevistas foram todas realizadas entre o segundo semestre de 2015 e o primeiro semestre de 2018. Predominantemente ocorreram em espaços públicos, como bares, restaurantes e praças. Foram poucas as ocasiões em que me desloquei até a casa dos interlocutores. Ao marcar encontros em locais públicos eu busquei evitar confusões de entendimento que levassem a presunção de que eu fosse alguém que também estivesse em busca de sexo. Encontros assim tiveram em média uma ou duas horas de duração e, por vezes, as conversas prosseguiram mais tarde via aplicativos de mensagens.

Durante a pesquisa, o uso de gravadores não se revelou uma estratégia profícua por razões lógicas: para alguém que vive sua sexualidade em segredo, ter um áudio com sua voz falando sobre suas experiências sexuais pode soar equivalente a uma confissão de culpa. Sendo assim, após as conversas, eu registrava os tópicos tratados em meu caderno de campo, bem como frases e expressões consideradas relevantes, das quais eu pretendia manter a literalidade.

Cronologicamente, a pesquisa procedeu da seguinte maneira: durante o ano de 2015, enquanto cumpria os créditos obrigatórios do doutorado dei prosseguimento às observações e interações com outros usuários dos aplicativos, ainda que com menor intensidade durante esse ano.

A partir de 2016, com os créditos já cumpridos, passei a me dedicar exclusivamente ao estudo e à pesquisa. Nesta etapa, paralelo ao trabalho de campo, dediquei-me a estudar a literatura produzida nas Ciências Sociais sobre as mídias digitais. Também busquei conhecer os estudos produzidos pela Comunicação Social, em especial, na vertente dos estudos empíricos sobre comunicação e sobre mídias digitais.

Nesse período, os achados etnográficos me levaram a pensar sobre a maneira como a pornografia parecia ter ganhado mais relevância como enquadramento para a socialidade e para os afetos nas plataformas de relacionamento online para gays.

Partilho da perspectiva de Richard Dyer (2002), que entende a pornografia em um sentido amplo, aberto e descritivo: a pornografia como um gênero midiático enraizado em noções mais amplas e normas sociais que regem a sexualidade e que moldam as representações imagéticas do sexo. Nesse sentido, a pornografia se afirma articulando um conjunto de relações complexas produzidas na interface entre sujeitos e a tecnologia. Considero pornografia qualquer filme, texto, imagem acústica ou visual que tenha como objetivo a excitação sexual

do espectador¹⁷. Em termos específicos, a pornografia gay se nutre de narrativas que ambientam o contato sexual entre homens exibindo uma estética e por vezes um roteiro para as práticas sexuais, sempre articuladas a uma iconografia.

O feminismo demonstra que todo conhecimento é situado e não aspira alcançar uma visão neutra e objetiva sobre a pornografia. Devo dizer que, como parte dos meus interlocutores, também sou homem gay, com fácil acesso à pornografia e que eventualmente pode sentir prazer com ela. Sinto-me comprometido com as vertentes feministas de luta política pelos direitos sexuais e reprodutivos, com as lutas pacifistas, antirracistas, antifascistas e com o ideário normativo dos Direitos Humanos. Como socialista, vejo a pornografia como uma produção capitalista e reconheço o papel que a sua articulação tem desempenhado ao longo do tempo na subordinação das mulheres.

Entretanto, entendo que o termo pornografia designa um espectro amplo de modalidades que respondem aos mais variados ideários. Acredito na possibilidade de que paradoxalmente produções culturais criadas no capitalismo possam expressar produzir críticas profundas às ideologias dominantes. Como sociólogo, meus interesses de pesquisa são guiados pela busca por esses momentos de contradição, tensão, disjunção, questionamento e instabilidade, que produzem mudanças sociais.

Para aqueles que não são sociólogos, o sexo pode ser entendido como o ato pecaminoso ou prazeroso que praticamos na privacidade do quarto. Para o sociólogo, o sexo e a sexualidade são um eixo em torno do qual a vida social é organizada, um eixo que une ou separa as pessoas de acordo com modelos específicos e previsíveis. Com quem é permitido ou proibido fazer sexo; as maneiras pelas quais a sexualidade está ligada à moralidade; qual é a relação entre sexo prazeroso e reprodução biológica; a quem se pode pagar por sexo e a quem não se pode; quais são as diferentes formas pelas quais a transferência de dinheiro ocorre envolvendo o sexo; o que é definido como sexo legal e ilegal? Essas são algumas das perguntas que os sociólogos fazem sobre sexualidade. A sexualidade é uma questão sociologicamente relevante, porque é socialmente regulada e porque a sua regulação social está oculta aos nossos olhos, na verdade, decerto invisível. Praticar sexo é uma maneira de perceber e reproduzir estruturas sociais e culturais porque a sexualidade contém respostas a perguntas como quem tem o poder (por exemplo, um homem grego livre seria considerado moralmente inferior se tivesse sido penetrado analmente por um escravo; teria de ser ele o penetrador); que papel o desejo desempenha na subjetividade de cada um (esse aspecto tem total legitimidade na cultura de consumo e quase nenhuma na cultura monástica cristã); qual é o quadro organizacional apropriado para a sexualidade (o quarto conjugal, o bordel, a boate, os cultos religiosos misteriosos, como os de Baco e Dionísio); ou que lugar a sexualidade ocupa na moralidade (um sinal de depravação na cultura dominada pelo freudismo)? A sexualidade nunca é simplesmente o

17 Evitarei o uso do termo erótico por duas razões: em primeiro lugar, porque meus interlocutores reconhecem conteúdos sexuais como pornográficos e não como eróticos, além disso, a segunda razão é que desejo manter as associações culturais e carnais entre pornografia e má reputação. Agradeço ao Professor Jorge Leite Júnior pelas contribuições a esse respeito.

encontro entre corpos, mas também uma maneira de representar as hierarquias sociais e a moralidade de uma sociedade (as transgressões sexuais não são menos definidas pela sociedade, pois só podem fazer sentido em referência a uma norma). Que a sexualidade é sempre social é verdade mesmo, especialmente quando ‘livre’.” (ILLOUZ, 2014, p.52)¹⁸.

Afastados os juízos morais, considero que a pornografia gay pode ser compreendida como uma forma de representação e como um gênero midiático, que cria um espaço para a produção de um tipo de conhecimento experiencial do corpo. Ao falar em pornografia gay ou pornô gay me refiro a quaisquer tipos de produções, sejam amadoras ou profissionais, autorais ou não, que expressam uma imagética do desejo homossexual. Sendo assim, minha intenção é entender como e por quais razões a retórica da pornografia se integra às interfaces dos aplicativos está articulada às sensações e percepções dos sujeitos.

Retomando o fio cronológico, no final de 2016, em meio às disputas de mercado pelos dados dos usuários, as *startups* promoveram novas mudanças na interface acrescentando novos recursos aos perfis. Entre as novas funcionalidades, os Apps facilitaram a convergência entre diferentes plataformas. A partir de então passou a ser possível vincular contas pessoais em serviços de redes sociais como, por exemplo, Twitter, Tumblr, Facebook e Instagram, aos perfis dos usuários nos aplicativos Grindr, Hornet e Scruff.

A partir de então, sempre que um usuário integrava uma outra rede social ao perfil que mantinha no aplicativo, após ser autorizado, eu passava a acompanhá-lo em suas postagens e interações também nessas outras plataformas de relacionamento online. Os limites e restrições

18 No original: “Para los que non son sociólogos, el sexo son los actos pecaminosos o placenteros que realizamos en la privacidad del dormitorio. Para el sociólogo, el sexo y la sexualidad son un eje en torno de lo cual se organiza la vida social, un eje que une o separa personas según modelos específicos y predecibles. Con quién está permitido o prohibido tener relaciones sexuales; cómo se conecta la sexualidad con la moralidad; qué relación hay entre el sexo placentero y la reproducción biológica; a quién se le puede pagar por sexo y a quién no; cuáles son las diferentes formas de transferencia de dinero en el sexo; y qué se define como sexo legal y ilegal: estas son algunas de las preguntas que los sociólogos formulan acerca de la sexualidad. La sexualidad es un tema muy importante para los sociólogos porque está socialmente regulada y porque su regulación social está oculta a la vista, en realidad es invisible por decerto. Practicar el sexo es una forma de realizar y reproducir estructuras sociales y culturales porque la sexualidad contiene respuestas a preguntas como quién tiene el poder (por ejemplo, un hombre griego libre había sido considerado moralmente inferior si hubiera sido penetrado analmente por un esclavo; debía ser él el penetrador); qué papel desempeña el deseo en la subjetividad de cada uno (tiene total legitimidad en la cultura del consumo y casi nada en la cultura monástica cristiana); cuál es el marco organizacional adecuado para la sexualidad (el dormitorio conyugal, el burdel, el club nocturno, cultos religiosos místicos como los de Baco y Dionisos); o qué lugar ocupa la sexualidad en la moralidad (señal de depravación en la cultura dominada por el freudianismo). La sexualidad nunca es simplemente el encuentro de los cuerpos, sino también una forma de poner en acto las jerarquías sociales y la moralidad de una sociedad (las transgresiones sexuales no están menos definidas por la sociedad, puesto que sólo tienen sentido en referencia a una norma). Que la sexualidad siempre es social es cierto incluso, o especialmente, cuando es ‘livre’” (Illouz, 2014, p. 52).

em termos de usos e dos conteúdos veiculados variam consideravelmente de acordo com o serviço de rede social em questão.

Plataformas como Twitter, por exemplo, são encaradas pelos usuários como “mais flexíveis”, sobretudo, por permitirem postagens com conteúdo adulto, desde que previamente assinalado pelo autor da postagem como conteúdo impróprio para menores. Outras, como Facebook, são caracterizadas por impedir a circulação do conteúdo assim que violações são detectadas, quer seja por meio de algoritmos especializados em reconhecer pornografia ou por terem sido alvo de denúncia por parte de outros usuários.

Os perfis que meus interlocutores mantêm em outros serviços de redes sociais, em especial, no Twitter, via de regra, são usados exclusivamente usados para formar redes em torno do sexo. Alguns, preferem postar exclusivamente conteúdos autorais, isto é, fotos e vídeos que mostram seus corpos e encontros sexuais, enquanto outros mantêm páginas exclusivamente voltadas à partilha e divulgação dos conteúdos produzidos e promovidos por aqueles que segue.

Em geral, os perfis mantidos no Twitter são identificados por nomes fictícios, que ocultam a identidade real dos sujeitos, mas enfatizam suas preferências. Entretanto, em meio à profusão de perfis anônimos ou ficcionais, também existe uma quantidade considerável de perfis mantidos por garotos de programa e atores de filmes pornográficos, que usam as redes com o objetivo de aumentar seus rendimentos.

Olhando para essas relações passei a aventar se existiria uma articulação entre a pornografia, os afetos e a intimidade nas mídias digitais voltadas ao público gay. Seguindo meus interlocutores, fui conectado também aos chamados sites tubes¹⁹, plataformas especializadas no armazenamento, distribuição e circulação desse tipo de conteúdo.

O percurso assumido pela pesquisa de campo sobre o sexo casual nas mídias digitais me levou à pornografia. As mídias digitais favoreceram a criação de redes que possibilitaram falar sobre o desejo, assim como intensificaram a troca de “imagens” mais plurais sobre a “homossexualidade” e sobre “como ser gay” em escala global (MOWLABOCUS, 2010).

19 Por sites “tubes”, gíria de língua inglesa para televisão, quero designar os sites e portais que gerenciam os compartilhamentos de vídeos produzidos e/ou anexados à plataforma pelos usuários. Atualmente, o mais popular do segmento é o YouTube. Essas plataformas podem ser compreendidas como centrais caracterizadas pela capacidade de abrigar um grande número de “canais” criados por seus usuários. Sites “tubes” também podem ser entendidos como “tubos”, conservando a analogia com o sentido literal da palavra, já que são plataformas que abarcam conexões com outros sites e outras plataformas produtoras de conteúdo e que, por meio de hiperligações, drenam dali os seus objetos gráficos. Para uma explicação sobre o funcionamento dessas plataformas, do modelo de negócios e da política legal que rege os direitos autorais que adotam, ver: LEMOS, Ronaldo. Desafios do século XXI. In: OLIVEIRA, Fátima Bayma de (org.). *Tecnologia da Informação e da Comunicação: articulando processos, métodos e aplicações*. Rio de Janeiro: E-papers: Fundação Getúlio Vargas, 2009.

Entretanto, online, a confluência entre formas de sexo pagas e não pagas posiciona os sujeitos de maneira ambígua em relação a um conjunto articulado de práticas sociais que envolvem o anúncio de si e o consumo do outro num contexto de comercialização.

Mas, afinal, qual o lugar da pornografia no contexto dos serviços comerciais de busca por parceiros? Como a busca por parceiros enredada em um contexto digital produz uma “ética da curiosidade” que torna plausível que alguém peça uma foto de nudez antes mesmo de conhecer o rosto do seu interlocutor? De que maneira formas de sexo pagas e não pagas confluem nas mídias digitais?

Plataformas de relacionamento compõem um gênero de artefatos eloquentes a respeito da sexualidade contemporânea. Os aplicativos operam como um conjunto de ferramentas destinadas à superação de problemáticas circunscritas em torno da sexualidade de homens gays, e ao fazê-lo codifica as aporias das relações homossexuais.

O percurso assumido pelas observações etnográficas online sobre os Apps de busca por parceiros me levou à pornografia. As mídias digitais favoreceram a criação de redes que possibilitaram falar sobre o desejo, assim como intensificaram a troca de “imagens” mais plurais sobre a “homossexualidade” e sobre “como ser gay” em escala global (MOWLABOCUS, 2010). Entretanto, online, a confluência entre formas de sexo pagas e não pagas posiciona os sujeitos de maneira ambígua em relação a um conjunto articulado de práticas sociais que envolvem o anúncio de si e o consumo do outro num contexto de comercialização.

De acordo com o *Google Trends*, uma ferramenta que mostra os termos mais buscados na internet em um passado recente, 2015 foi o ano de maior repercussão da expressão “manda nude”. Nesse mesmo ano, após o vazamento de imagens íntimas de atores e atrizes conhecidos do público, a expressão chegou aos telejornais e aos palcos dos programas televisivos. A repercussão também foi explorada por institutos especializados em pesquisa sobre tendências de comportamento digital, que reforçaram a constatação de que a expressão estava entre as mais buscadas naquele ano.

Illouz (2014, p. 58) observa que, durante o século XX, a sexualidade recreativa e serial chegou a ser caracterizada como sinônimo de masculinidade. Isto permite entender como, em termos sociológicos, as plataformas para busca por parceiros online não são simplesmente tecnologias para a fruição sexual, mas também tecnologias de gênero. Para a socióloga marroquina, o deslocamento da organização social do matrimônio para o mercado consumidor conferiu caráter recreativo à sexualidade moderna, que passou a imitar o mercado de consumo do ócio, visto como o local reservado à expressão da autenticidade e à fruição.

A sexualidade se converteu na sede da representação do valor moderno de liberdade como a capacidade de exercer o lugar do consumidor. Alocada sob repertórios culturais de mercado, a sexualidade moderna se tornou regada de incertezas, o que passou a demandar dos sujeitos estratégias - emocionais e sexuais - para alcançar um melhor desempenho (ILLOUZ, 2014, p. 59).

Os Apps oferecem recursos e roteiro para a interação entre parceiros com propósitos que podem ser consonantes. Mowlabocus (2010) argumenta que a especificidade das mídias voltadas para consumidores gays é que elas convidam os sujeitos a construir representações de si em um espaço onde a homossexualidade – e não a heterossexualidade – é o padrão. De acordo com o sociólogo, os perfis são centrais para a interação nas plataformas de relacionamento porque tornam o assunto culturalmente legível dentro deste espaço. Desse modo, o perfil do usuário não apenas representa o sujeito online, mas opera como um meio através do qual a subjetividade é produzida e tornada legível (cf. MOWLBOCUS, 2007).

Mediada pelas interfaces, a “recreação erótica e visual” se confunde com a própria busca (LEAL-GUERRERO, 2013, p. 121). As interfaces das plataformas de relacionamento online para homens gays são animadas pelo repertório cultural da pornografia gay. Conforme observou Mowlabocus (2007), a consequência disso é que os corpos passam a ser lidos a partir dos ideais da pornografia que, por sua vez, torna-se a narrativa no interior da qual esses serviços devem operar para serem reconhecidos.

Em 2017, como aluno visitante, tive a oportunidade de participar durante um período de 6 meses das atividades coordenadas pelo Professor Thomaz Drabowitz junto ao Departamento de Estrutura e Mobilidade Social, na Faculdade de Economia e Sociologia da Universidade de Lodz, na Polônia. Além da experiência acadêmica, esta foi uma oportunidade rica para que eu pudesse refletir sobre meus argumentos a respeito dos serviços comerciais de busca por parceiros online contrastando os usos a partir de dois contextos culturais significativamente diferentes, a saber, o brasileiro e o polonês.

De volta ao Brasil, prossegui com as observações e entrevistas. Nesta etapa da pesquisa, meus esforços se guiaram em torno de formar uma compreensão sobre a relação entre os usos dos Apps e o espaço físico das cidades. Passei a observar com mais atenção o modo como os sujeitos faziam determinados usos em lugares específicos. Perguntei-me se as pessoas usavam os aplicativos em bares, parques e festas; se usavam mais durante o dia ou à noite; se durante os dias da semana ou aos finais de semana e sobre em quais horários o uso era mais frequente. A princípio minha intenção era verificar se e como os usos dos Apps alteravam ou

não a dinâmica das interações sociais em locais públicos e como as dinâmicas sociais dos espaços físicos moldavam os usos.

Em certa ocasião, chamou minha atenção o comentário feito por um rapaz sobre como a presença dos aplicativos atrapalhava a paquera face a face tanto em espaços públicos, quanto nos espaços privados. Essa afirmação despertou meu interesse porque, do modo como eu entendia, ao menos em tese, os ambientes “*gayfriendly*” seriam mais propícios aos encontros entre pessoas do mesmo sexo, o que acabaria tornando dispensável o aplicativo²⁰.

Conversando com meus interlocutores em busca de informações que me permitissem historicizar a busca por parceiros no interior, descobri que em quase todas as cidades, até mesmo nas menores, determinados locais eram por eles reconhecidos como “pontos de pegação”. Assim, descobri os banheiros públicos, em geral localizados em praças e rodoviárias, eram corriqueiramente frequentados por homens em busca de sexo casual. Observar os espaços físicos colocou o sexo casual sob outra perspectiva. Minha interpretação foi reposicionada não mais para entender como as mídias produzem o sexo ocasional e sem compromisso - aliás, uma leitura fundada no determinismo tecnológico -, mas com o objetivo de compreender de que maneiras a socialidade em torno do sexo passou a ser atualizada e recriada no contexto das mídias digitais.

Os locais de pegação revelaram um tipo específico de busca, que combina estratégias on e offline: em geral, os homens ficam parados em torno dos pontos enquanto conversam pelos aplicativos e, só depois de arranjado o encontro, atravessam a porta do banheiro. Diferente do *trottoir* descrito por Néstor Perlongher, nesses espaços, os homens já não circulam pelo território buscando potenciais parceiros, mas o fazem escrutinando e mapeando os contatos ao redor por meio dos aplicativos.

Pesquisadores e pesquisadoras brasileiras da área de sexualidade, com atenção ao contexto tecnológico que se apresentava, rapidamente perceberam que a internet havia se convertido em

um espaço privilegiado para essa deriva, parece mesmo intensificá-la, ramificando-se por *links* intermináveis que permitem experimentos e experiências orgásticas e transgressoras, por um lado, e encapsuladoras, por outro. Nas ruas, como na rede, os espaços também estão marcados. No ambiente difuso e anárquico da *web* velhos códigos se reinventam para falar do negócio do desejo. As territorialidades marginais de Perlongher estendem-se agora dos bares aos *blogs*; das praças aos *chats*; dos mictórios públicos às interações sexuais pelo *MSN*, mas, sobretudo, da São Paulo analisada pelo pesquisador à todo país (MISKOLCI e PELÚCIO, 2008, p. 17).

20 Vale destacar que observações semelhantes foram reiteradas pelo trabalho de Miskolci (2017) que, ao analisar o contexto de San Francisco, mostra que, para os homens gays que experienciaram o contexto anterior à internet, o aplicativo era visto como responsável pela derrocada do “bar gay”.

Em cidades menores, não sendo inexistente, o número de equipamentos públicos é proporcionalmente reduzido, o que também inclui as praças e banheiros públicos. Como consequência, o número de pontos disponíveis para os encontros também acaba diminuindo consideravelmente e, de maneira inversamente proporcional, parece haver maior risco de encontrar pessoas conhecidas desprovidas dos mesmos propósitos. Levando em conta o caráter estigmático que envolve esses encontros, a recorrência na escolha dos banheiros das rodoviárias como ponto pode ser explicada por ser nessa região onde se concentra o maior número de transeuntes desconhecidos. Acompanhando os espaços físicos foi possível entender como as dinâmicas de mobilidade e autonomia são produzidas articulando territorialidades.

Com o passar do tempo, percebi que esses lugares, com certa frequência, congregavam homens mais velhos, sujeitos remanescentes de uma época anterior aos aplicativos, e os coloca em contato com uma geração de nativos digitais em busca do mesmo propósito: sexo casual.

Entretanto, em locais públicos, a presença de seguranças e funcionários de empresas privadas, que administram os terminais rodoviários e os banheiros, cria um ambiente de constante vigilância e punição. Durante minhas observações presenciei episódios abusivos protagonizados por seguranças e funcionários de empresas públicas e privadas que, após terem flagrado alguma situação considerada suspeita envolvendo homens nos banheiros, expuseram os sujeitos às situações de vexatórias e de humilhação pública. Algumas dessas situações poderiam ser classificadas como verdadeiros linchamentos morais.

A despeito do policiamento feito por agentes públicos e privados, além de empreendedores morais, os territórios de pegação parecem ter conservado ao longo do tempo o mesmo aspecto de “região moral” (PARKER, 1979), isto é, uma relação com a ordem moral da cidade que vincula o plano do espaço geográfico à socialidade, mas que ganhou novas cores com a tecnologia. Recuperar esses elementos particulares permitiu traçar linhas de compreensão sobre como se deu a formação e as consequências da implementação das tecnologias digitais no contexto em tela.

As observações offline foram fundamentais para relacionar como essas tecnologias digitais são articuladas às atividades cotidianas. Essas situações trouxeram novos elementos para pensar sobre como as coisas não são feitas apenas porque as pessoas agora possuem um telefone celular ao alcance da mão.

Durante o ano de 2018, diminuí a regularidade das observações, assim como a realização de entrevistas e passei a me dedicar à publicação de artigos e ao processo de estruturação e escrita do texto final da tese.

2 UMA ETNOGRAFIA DOS USOS SOCIAIS DAS MÍDIAS DIGITAIS

O pressuposto teórico-metodológico que orienta esta pesquisa é o de que a busca por parceiros por meio das tecnologias digitais é um empreendimento socialmente organizado que envolve o uso da tecnologia digital articulando ideias culturais, que resultam em condições específicas de reconhecimento.

Os sujeitos e as fontes empíricas foram acionados a partir da pesquisa de campo com os usos que meus interlocutores fazem dos serviços comerciais de busca por parceiros. O uso do *smartphone* é considerado a força motriz desta investigação. As mobilidades, a socialidade e a conexão são tomadas como eixos para compreender as relações entre subjetividade, espaço e tecnologia. Gênero, sexualidade e digital não são tomados como domínios distintos, mas são percebidos a partir de uma modelagem social que resulta em uma constituição mútua e contínua (GREEN; SINGLETON, 2013).

Considero que os serviços comerciais de busca por parceiros estão integrados a um aparato mais amplo que articula um conjunto de outras tecnologias e contextos. As teorias do reconhecimento são o pano de fundo teórico sobre o qual se movem minhas reflexões em torno de como as normas sociais existentes operam no contexto das mídias digitais e quais são os reflexos da interação mediada pela interface para o reconhecimento.

Em *Quadros de Guerra*, Butler levanta um conjunto de problemáticas instigantes para a reflexão sociológica sobre o papel da tecnologia, em especial das câmeras, para a que representações midiáticas se convertam em modos de conduta. O esquema analítico montado pela autora oferece aportes teóricos aos quais recorro para situar as maneiras como “sujeitos são constituídos mediante normas que, quando repetidas, produzem e deslocam os termos por meio dos quais os sujeitos são reconhecidos” (2015, p.17).

Os escritos de Butler me inspiram a pensar sobre como os sujeitos aprendem a usar as mídias digitais considerando a esfera da apreensão dos usos. O sentido de apreensão evocado pelo emprego que esta autora faz conserva os sentidos de “perceber” e de “sentir”. Nesse sentido, a apreensão se refere a uma forma de conhecer anterior regulada pela inteligibilidade, definida como “um esquema histórico geral que estabelece o domínio do cognoscível” (BUTLER, 2015, p. 20). De tal modo, a apreensão é facilitada pelas normas de reconhecimento, pois “da mesma forma que as normas da condição de ser reconhecido preparam o caminho para o reconhecimento, os esquemas de inteligibilidade condicionam e produzem essas normas” (idem, p. 21).

Embora variem em termos históricos e culturais, normas sociais são categorias sempre situadas, articuladas e reforçadas de tal modo que passam a estabelecer as condições para o reconhecimento. A noção do sujeito butleriano se produz também a partir das problemáticas vinculadas à dinâmica entre apreensão e reconhecimento. Desse modo, encontro nos escritos de Butler um esquema teórico eloquente para falar a respeito de como as normas existentes atribuem reconhecimento de maneira diferenciada.

“Ser reconhecido não é um potencial universal que pertence a todas as pessoas” (BUTLER, 2015, p.17). A dinâmica do reconhecimento ocorre no nível intersubjetivo e, portanto, está intrinsecamente relacionado à esfera da subjetividade. Dessa forma, as teorias do reconhecimento partem do pressuposto de que subjetividades são socialmente produzidas e, ao mesmo tempo, produtoras de outras subjetividades. A questão não é incluir pessoas, mas considerar como as normas existentes atribuem reconhecimento de maneira diferenciada (cf. *idem*, p. 20).

Conforme espero conseguir mostrar ao longo do texto, a interface não é apenas um mediador ou um mero facilitador para a interação. Além do mais, existem elementos históricos e sociológicos que permitem afirmar que o ingresso das tecnologias comunicacionais nos lares e na rotina cotidiana não se deu sem impactos nas subjetividades dos sujeitos, sobretudo, para grupos historicamente subalternizados, como mulheres e homossexuais (FISCHER, 1992; RAKOW, 1992; FRISSEN, 1995; COCKS, 2004; FERREIRA, 2017). Para essas pessoas as tecnologias da comunicação se constituíram como instrumentos poderosos para as relações interpessoais, com efeitos profundos sobre a auto compreensão e as relações intersubjetivas.

A mediação que a infraestrutura das plataformas de relacionamento online altera tanto as condições em que a ação social se dá quanto à forma das interações. A partir da relação que meus interlocutores estabelecem com os serviços de parceiros pretendo refletir sobre a confluência entre tecnologia, subjetividade e as relações intersubjetivas, com especial atenção à esfera da sexualidade.

Quais são as particularidades que se colocam quando as condições habitativas, isto é, as condições ambientais onde se desenvolve a interação social, passam a se estabelecer pela tecnologia? Quais são as especificidades das dinâmicas de reconhecimento opera no plano intersubjetivo no contexto de interações sociais moldadas a sujeitos que estão conectados em rede e mediados por uma interface? Essas são algumas das questões que estão colocadas sobre o pano de fundo do reconhecimento.

A intersubjetividade tem um papel central na definição dos modos de inserção dos sujeitos nas sociedades contemporâneas e, por isso, é a partir do déficit de reconhecimento

sistematicamente promovido por essas sociedades que Axel Honneth (2003, 2008a) estabelece suas características singulares. Para este autor, reconhecimento se refere a um processo intersubjetivo e, portanto, não deve ser entendido como uma categoria para falar sobre a luta de grupos específicos pela sua legitimação institucional. Diferente de Butler, mais ligada à forma ensaísta, a teoria de Honneth é explicativa e crítico normativa. Desse modo, o filósofo pretende entender tanto a evolução moral da sociedade quanto fornecer um padrão para identificar a gramática dos conflitos sociais.

Honneth concorda com Butler a respeito de que os sujeitos são formados a partir do reconhecimento intersubjetivo, entretanto, o enquadramento normativo e sistemático dado pelo frankfurtiano rastreia a formação intersubjetiva do sujeito a partir de três formas primordiais de reconhecimento: o amor, o direito, e a solidariedade. Este autor identifica na experiência do amor, compreendido em termos afetivos, o local onde se constitui a possibilidade de autoconfiança, enquanto na experiência de direito se funda o autorrespeito e, na experiência de solidariedade, a autoestima.

O pressuposto operado pelo autor é que a identidade dos indivíduos se forma pela socialização, o que equivale a dizer que a socialização se forma na eticidade, articulada a valores e compreensões forjadas no plano intersubjetivo. Sendo assim, Honneth estabelece uma correlação entre cada uma das formas de reconhecimento que identifica - amor, direito e solidariedade - com uma dimensão da autorrealização prática do sujeito - autoconfiança nas relações amorosas e de amizade, autorrespeito nas relações jurídicas e autoestima na comunidade social de valores.

Recorro às teorias do reconhecimento para uma compreensão heurística do campo. A relação de Butler, Honneth e a teoria do reconhecimento se dá justamente pelo contexto etnográfico da pesquisa.

Os contextos empíricos sob os quais os processos intersubjetivos constituem um tema caro à educação. Em sua análise sobre o reconhecimento intersubjetivo a partir de uma sala online de formação de professores, Vanessa dos Santos Nogueira analisa, argumenta que

o lugar da internet analisado nessa pesquisa garante uma legitimidade ao sujeito, facilitando o processo de reconhecimento pelos papéis já demarcados. Ainda que esses sujeitos não tenham na memória uma efetiva comunicação mediada pela internet, ou um aprendizado mediado por um espaço virtual, os papéis de estudante e professor já fazem parte da cultura, já estão descritos nos documentos legais que organizam a educação. A comunicação dos estudantes pela internet inicia pelo ambiente virtual Moodle e se expande para os outros espaços *on-line* (redes sociais, e-mail, aplicativos de mensagens instantâneas) (NOGUEIRA, 2016, p. 53).

A autora mostra como as relações interpessoais se constroem pela comunicação mediada pela internet, com reflexos que aparecem tanto na justificativa direta apresentada pelos estudantes quanto nos relatos que demonstram a produção de sentidos sobre o outro.

Nogueira também observa como ao longo do curso os estudantes desenvolviam uma fluência digital, capaz de oferecer o domínio da técnica necessária para o manejo do computador e dos recursos da internet, um pré-requisito fundamental para desencadear um movimento constitutivo de reconhecimento intersubjetivo virtual (cf. p. 59).

Considerando, então a partir dessas relações, que a tecnologia introduz mudanças na consciência e não nos modos de interação pode-se inferir que seus impactos se refletem nos sentidos que as pessoas dão à vida, com efeitos nas aspirações para o futuro e na “cultura” em um sentido mais local.

Os argumentos de Honneth (2003, 2008a) me inspiram a pensar sobre os aplicativos de busca por parceiros para homens gays como um artefato cultural de reconhecimento. Sendo assim, minha intenção é analisar como os recursos de interação presentes na interface reforçam padrões culturais antigos, mas também permite a composição de novos arranjos de relações sociais, o que tem impactos profundos na maneira como meus interlocutores vivenciam a própria sexualidade.

As problemáticas levantadas pela teoria do reconhecimento enfatizam o plano subjetivo e oferecem um vocabulário para falar sobre a relevância da intersubjetividade para a construção do sujeito. Mas, afinal, qual é o estatuto da tecnologia nas relações intersubjetivas? Como as relações mediadas por interfaces digitais afetam a subjetividade? Com quais consequências para o reconhecimento? Essas são questões nas quais estou interessado.

2.1 OS USOS SOCIAIS DOS APPS

A busca por parceiros em segredo e as negociações que regem as interações entre homens observadas durante a pesquisa com frequência evidenciam a preferência por parceiros capazes de serem presumidos como heterossexuais no espaço público. Muitos sujeitos definem a preferência por parceiros que sustentam de performance considerada “mais masculina” como uma “questão de gosto” individual.

O trabalho de campo permite compreender que essa questão está ligada a outras dinâmicas, como evitar “problemas no trabalho” e “problemas na família”, explicações frequentes para aqueles que pretendiam se manter “fora do meio”. Especialmente para esses homens, a busca por parceiros se dá em torno de sujeitos com características culturalmente

associadas aos homens heterossexuais. O passo afirmativo, a voz grossa, pêlos corporais são elementos que facilitam uma performance capaz de ser presumida como heterossexual, sobretudo, no espaço público.

A busca em segredo para os meus interlocutores, sujeitos homossexuais que enfrentam restrições no espaço público, assim como para os homens apresentados no estudo de Pelúcio (2015, p. 45-46), envolve

Gerir riscos, [em contextos assim], passa pelo controle das informações, seja monitorando sua circulação (cuidados com senhas para impedir o acesso a seus equipamentos e perfis); o que exige também cuidado relativo à identidade, por isso a adoção de *nicks* e a relativa parcimônia na divulgação de fotos pessoais; vigilância sobre o que se informa e como se faz isso, por exemplo, atentando para a escrita a fim de evitar mal-entendidos; regulação do volume de dados pessoais divulgados e compartilhados, acumulando e sistematizando informações sobre as outras pessoas de modo a garantir uma circulação pessoal mais confortável entre os meios, seja a ferramenta de mensagem do site, o e-mail, o MSN, ainda ativo na época desta pesquisa, o skype, bem como as SMS para celulares (no caso, para não confundir as mulheres com quem estão se comunicando, trocando seus *nicks* ou fazendo confusões relativas a eventos vividos ou narrados, entre outras).

Tais elementos permitem sugerir que as pessoas influenciam mutuamente as práticas e usos sociais da tecnologia ao seu redor. Disto de outro modo, os usos dos serviços comerciais destinados a busca por parceiros refletem as características estruturais das redes sociais existentes no plano offline. À medida que os homens mobilizam as mídias geoconectivas em busca contatos, eles acabam reproduzindo a formação de redes que refletem a mesma segregação dos espaços que frequentam no cotidiano, bem como as desigualdades sociais e econômicas que existem dentro de suas redes de pares mais amplas. O que se verifica é a reprodução no plano online de desigualdades e desequilíbrios estabelecidos fora dele.

As duas últimas décadas foram atravessadas pelo surgimento de uma enorme diversidade de serviços comerciais de redes sociais. Com eles emergiu também um vasto conjunto de potenciais arranjos nos quais as pessoas podem se envolver. Cada uma dessas plataformas se molda ao serviço que oferece aos usuários e às usuárias que nelas se engajam. Assim, cada plataforma digital ressalta um conjunto de diferentes funcionalidades gerando apropriação distintas na sua usabilidade.

Alejandro H. Honrubia (2010, p. 3)²¹ explica “o uso social simboliza uma forma convencional e mecânica de comportamento que institucionaliza ou orienta nossas ações e comportamentos individuais”. A partir de um extenso diálogo com os escritos do filósofo

21 No original: “El uso social simboliza una forma de comportamiento convencional y mecánico que institucionaliza o pauta nuestras acciones y conductas individuales”.

espanhol José Ortega y Gasset, que postula o uso como um elemento constitutivo do social, Honrubia apresenta sua proposta de uma antropologia dos usos sociais.

Os usos, explica o antropólogo, estão arraigados na coletividade e, por isso, também possuem um caráter coercitivo, que se expressa em configurações de usos mais fortes ou mais rígidos em contraste com usos mais difusos. A diferença entre um e outro se estabelece apenas em relação ao grau de coerção social porque os usos reiteram um determinado repertório de ações, que inclui ideias, normas e técnicas sobre como agir diante da enorme diversidade de situações que definem a experiência social. Desse modo, a sociedade pode ser entendida como um conjunto de sujeitos que coexistem submetidos à pressão de um certo sistema geral de usos (HONRUBIA, 2010, p. 7).

De acordo com Honrubia (2010, p. 9), os usos sociais são elementos constituídos intersubjetivamente porque, embora estejam situados na dimensão do comportamento individual e possam nos parecer próprios, são coletivamente moldados e, portanto, não podem ser tomados como se fossem exclusivos ou originais de um sujeito.

[Os usos] São ações que os homens realizam, mas, estritamente falando, não são humanas. Os usos são irracionais. Eles são realidades impessoais. Dos usos, ninguém é um sujeito criador responsável e consciente. Como a vida social ou coletiva consiste em uma rede de usos, podemos concluir que essa vida não é humana. É algo intermediário entre a natureza e o homem. É uma quase-natureza e, como a natureza, irracional, mecânica e brutal” (HONRUBIA, 2010, p. 4)²².

Honrubia sustenta que o uso é o local onde se diluem as fronteiras entre o indivíduo e a coletividade, de modo que não há um autor ou indivíduo criador e consciente por trás do uso. Deste modo, pode-se entender como os usos configuram os contornos do mundo social na medida em que estão intrinsecamente conectados com a produção de sentido. Os usos constituem técnicas vitais para os costumes e imprescindíveis para guiar as condutas morais. Sendo assim, quanto mais institucionalizado for um tipo de uso tanto mais acentuado tende a ser o seu caráter de tópico, isto é, como tema ou forma de expressão legitimada.

Porém, diferentes usos não são moldados apenas pelas normas sociais. De certo modo, essas normas resultam do seu entrelaçamento com uma ecologia legal que regula aquilo que é possível e impossível dentro de cada plataforma. Desse modo, plataformas como Twitter, por

22 No original: “Los usos sociales suscitan acciones cuyo preciso contenido nos es ininteligible. Son acciones que ejecutan los hombres pero que, en rigor, no son humanas. Los usos son irracionales. Son realidades impersonales. De los usos nadie es sujeto creador responsable y consciente. Al consistir la vida social o colectiva en un entramado de usos, podemos concluir que esa vida no es humana. Es algo intermedio entre la naturaleza y el hombre. Es una cuasi-naturaleza, y, como la naturaleza, irracional, mecánica y brutal”.

exemplo, permitem a exposição de imagens de pornografia, desde que o usuário informe as características do conteúdo compartilhado em seu perfil. Com um regulamento mais flexível e filtros de segurança mais eficazes, a plataforma se torna atrativa para exibicionistas, atores amadores e atores profissionais, garotos de programa e uma variedade de outros profissionais do mercado do sexo, que buscam a rede com a intenção de promover seus trabalhos.

2.2 PARADIGMA DAS MOBILIDADES

Acompanhando a definição do sociólogo John Urry (2000, 2007), por mobilidades me refiro a um conjunto articulado de deslocamentos e conexões entre corpos, de pessoas, de informações e de categorias. O chamado paradigma das mobilidades proposto por este autor entende que a mobilidade diz respeito a um tipo de movimento que depende da tecnologia para ser realizado. Dessas perspectivas, as Tecnologias da Informação e da Comunicação, operando por meio de máquinas digitais miniaturizadas e de uso privado, não são descorporificadas, mas são entendidas como intimamente interpostas com a corporalidade. Assim, a crescente presença da convergência como característica do digital atua “mobilizando” as características das interações co-presenciais.

As mobilidades desde sempre envolveram sistemas especializados, mas a novidade apontada por Urry é que agora estamos diante de sistemas altamente especializados operando em uma acentuada relação de interdependência uns com os outros, daí o aspecto de convergência e integração característico das mídias digitais. É importante notar que, pelo menos desde a década de 1970, os mais variados sistemas têm se tornado, cada vez mais, dependentes de computadores e *softwares*. O *programa*, por assim dizer, escreve mobilidade convergindo com outros e permitindo que as mobilidades particulares aconteçam.

Ao contrário do que pode sugerir uma visão apressada, a mobilidade dos telefones não tornou as pessoas independentes do lugar. Na última década, as pesquisas que se debruçaram sobre as “mobilidades” na era digital têm apontado para o fato de que, embora as pessoas viagem mais, as tecnologias digitais possibilitaram que elas estivessem mais conectadas com amigos e familiares (URRY, 2007; SHELLER e URRY, 2006).

Pesquisas produzidas em solo nacional permitem questionar como o apoio emocional e os afetos tem se descolado da antiga proeminência geográfica, por vezes, configurando um mercado de apoio emocional segmentado por meio das mídias digitais (FACIOLI, 2013; PRADO, 2015). Esses argumentos permitem tensionar os pressupostos do individualismo em redes apresentado na teoria de Barry Wellman (2001). Para este autor, as redes sociais,

deslocadas do lugar e do tempo, são presumidas como fontes de liberdades individuais que permitem aos sujeitos buscar livremente novos modos de socialidade em ambientes digitais.

Em sentido contrário, um dos argumentos que sustentam essa tese é o de que a mobilidade dos equipamentos realocou a localização como um critério fundamental para a comunicação. Se na época dos telefones fixos a questão “onde você está?” parecia não fazer sentido, afinal, a resposta óbvia poderia ser, “mas, para onde você ligou?”; na era dos dispositivos móveis ela recuperou e renovou sua centralidade. Com a disseminação dos telefones móveis o contexto - incluindo a localização como parte dele - deixou de ser dado passando a ser negociado de maneira contínua e interativa.

Em termos históricos, os *smartphones*, com suas múltiplas funcionalidades, não constituem o primeiro experimento coletivo envolvendo as mídias comunicacionais e a sexualidade. Muito antes da disseminação das mídias digitais, a imagem acústica viabilizada pelos antigos telefones fixos já havia lançado as bases de uma tecnologia da sexualidade. Talvez tenha sido essa uma das primeiras experiências de aproximação entre a telemática e os usuários, em especial, para os homens. No Brasil, por exemplo, entre os anos de 1993 e 1996, respectivamente, não era incomum a oferta de serviços comerciais destinados a homens adultos, via telefone, chamados “tele-fantasia” ou “disque-namoro”.

Por meio de uma rápida busca na internet é possível encontrar as peças publicitárias do “Tele-Fantasia”: no plano à frente da atriz se projetam os dizeres “ruiva, de corpo e alma, pronta para contatos picantes”. No ano 2000, quem estivesse disposto a efetuar uma ligação para esses serviços teria que desembolsar a quantia de R\$3,82 por minuto, preço calculado pelo valor de uma ligação internacional, o que talvez explique a decisão publicitária um tanto irônica de selecionar *Non, je ne regrette rien*, na voz de Édith Piaf, como trilha sonora do comercial. Diferente das décadas passadas, atualmente, quase todos os serviços comerciais voltados ao entretenimento adulto, incluindo os aplicativos de busca por parceiros, dispõem de versões demonstrativas e que podem ser utilizadas gratuitamente para que o usuário conheça o produto.

No caso dos Apps para homens gays, a localidade situada rege o estabelecimento dos contatos e, conseqüentemente, a formação das redes. No entanto, a articulação entre sexo e espaço também não é, em sentido estrito, um produto das novas mídias. Há um conjunto de elementos históricos, que serão tratados mais adiante, que permitem recompor essa ligação entre o espaço, as práticas sexuais e a moralidade (PERLONGHER, 2008).

Os serviços comerciais de busca por parceiros articulam a telemática, a espacialidade e a sexualidade de uma nova maneira. Os aplicativos podem aproximar as pessoas e, ao mesmo distanciá-las replicando em espaços híbridos relações de poder, diferenças e desigualdades

sociais existentes no plano offline. Não se trata, portanto, de endossar uma perspectiva distópica para a qual os laços contemporâneos foram fragilizados pelas mídias digitais tornando-se superficiais e transitórios (BAUMAN, 2004), mas de entender como os elementos envolvidos nessa relação são atualizados mediante os recursos técnicos disponíveis.

On e offline são planos que se constituem de forma mútua e estão entrelaçados de modo inextricável sendo parte de um processo de modelagem social da tecnologia. Assim, não se trata de buscar a utopia ou a distopia, mas de refletir sobre como tecnologias e pessoas se afetam mutuamente. Nesse sentido, um efeito relevante que merece ser considerado entre os deslocamentos conjugados com as novas mídias é a alteração nas percepções sobre distâncias. “Perto” e “longe”, categorias que ganham um novo sentido nesse contexto.

Autores como David G. Beer e Roger J. Burrows (2013) sugerem que o espaço é um conceito construído com base na experiência. Sendo assim, práticas comunicacionais têm sido alteradas pelo menos desde a difusão das tecnologias da comunicação operadas eletricamente, como é o caso do telégrafo e do telefone. Estes equipamentos introduziram uma dimensão de simultaneidade nas relações sociais à distância. No entanto, foi o desenvolvimento da comunicação digital fundada pela microeletrônica que permitiu a formação complexas redes de telecomunicações, sistemas de informação e transporte de informação que transformaram radicalmente a espacialidade da interação social. A novidade apontada pelos autores é que, com a digitalização, a comunicação simultânea tornou-se independente dos antigos referenciais da espacialidade fixa e introduziu diferentes espacialidades e temporalidades na comunicação.

2.3 GEORREFERENCIAMENTO, POSICIONAMENTO E POSICIONALIDADE

Uma vez que o posicionamento do usuário constitui um aspecto fundamental da conectividade, dos processos de comunicação e de interação por meios dos serviços comerciais de busca por parceiros, a espacialidade emerge como uma questão crucial na definição desse contexto.

A localização remete à noção de lugar e aciona um conjunto de convenções em torno ambiente em que tais tecnologias são utilizadas. A consciência individual sobre a localização não é a mesma coisa a consciência sobre o seu uso, isto é, saber a posição geográfica é diferente de saber sobre a posicionalidade das convenções morais de um lugar. O significado de um determinado posicionamento geográfico depende também das atividades, condutas e moralidades que ali são desenvolvidas. Em termos sociológicos, a partir dessas noções e como parte delas é que a posição se torna relevante. O contexto, portanto, não é algo dado, mas é

produzido nas interações sociais.

Ao falar em usos situados pretendo chamar a atenção para o modo como esses contextos são produzidos. O contexto não se confunde com o lugar. Nesta pesquisa o lugar não é tomado como um ponto circunscrito em um mapa, tampouco como a simples localização ou uma mera paisagem. O lugar é inextricavelmente articulado às pessoas e às coisas que ali acontecem e que são consideradas significativas para elas, ou seja, o lugar é, portanto, uma construção social.

Com essa digressão minha intenção é ampliar o esquema de compreensão para além das relações entre representações e posicionalidades sociais. Com isso pretendo iluminar as intersecções entre o espaço, o gênero, a sexualidade, as moralidades e as mídias digitais. Trata-se de uma abordagem que leva em consideração um conjunto de relações complexas e não-determinadas entre tecnologias, localidades, estruturas sociais, serviços digitais, linguagens e instituições.

Assim, parece-me crucial reconhecer a relação entre os produtos e serviços comercializados e os públicos aos quais são direcionados. A sexualidade é mediada por essas mercadorias e seus públicos, assim como a maneira como determinados públicos passam a ser organizados em torno da sexualidade e da tecnologia. Em termos práticos, isto se traduz, por um lado, na ausência de espaços voltados ao público gay no plano offline no contexto estudado e, por outro lado, na crescente expansão dos serviços comerciais para este público.

A definição dos contatos por georreferenciamento apenas nos mostra que as pessoas desejam encontrar com outras que tenham os mesmos interesses onde estão, enquanto as normas sociais apontam para as formas de regulação do contato. Considero que os serviços comerciais de busca por parceiros ganham sua inteligibilidade mediante ideologias e instituições que fabricam, por assim dizer, um discurso da sexualidade baseado em um tipo de especismo do desejo, que por vezes é entendido como uma questão de foro íntimo e privado. Isso é, ao apresentar os usos desses produtos como algo irrelevante ou meramente pessoal, o discurso público o faz sustentado por convenções heteronormativas que, em nome da privacidade, obstruem ou dificultam a produção de culturas sexuais públicas, não-normativas ou explícitas.

Ao recolocar o caráter público e político da sexualidade mediante uma crítica aos serviços que “privatizam o desejo” partilho da visão de Lauren Berlant e Michael Warner (2002), para quem não há nada mais público do que a privacidade. Dessa perspectiva:

A vida privada é esse outro lugar inacabado do discurso político público, um refúgio prometido que distrai os cidadãos das condições desiguais da sua vida política e econômica, que os consola dos danos causados à sua humanidade pela sociedade de massas e os culpa por qualquer divergência entre suas vidas e a esfera íntima (BERLANT, WARNER, 2002, p. 232).

Por outro lado, o foco sobre os serviços de redes sociais geolocalivos permite questionar quais são as formas atualmente disponíveis para imaginar e questionar a vida do desejo e suas expressões públicas dentro, mas sobretudo fora das metrópoles.

Na literatura sociológica e antropológica, as cidades contemporâneas tendem a ser caracterizadas como lugares dinâmicos, complexos e mais ou menos abertos à experimentação, que são moldados por fluxos econômicos, de pessoas, coisas e informações através de espaços geográficos arquitetônicos contrastantes (CASTELLS, 1995; SASSEN, 1998; SOJA, 2000).

Para além da “relação sinérgica” entre pessoas e tecnologias (HARDEY, 2007), novas formas de segregação também emergem da reconfiguração da cidade por meio de conexões digitais (MITCHELL, 2000). Tais problemáticas ainda não foram devidamente discutidas ou, no limite, essas formas de segregação têm permanecido à margem da Teoria Social, sobretudo, quando são tratadas como questões privadas ou de foro íntimo.

No que se refere à sexualidade e suas convenções, pouco foi discutido sobre as práticas homoeróticas fora dos grandes centros urbanos. Por vezes, essa lacuna foi preenchida de maneira apressada, associando a vida urbana à um maior grau de liberdade decorrente, principalmente, da possibilidade de anonimato e da impessoalidade como sendo características refratárias à vida na metrópole. Essa associação guarda tendência ou propensão à igualdade tipicamente associadas ao modo de vida urbano, o que de fato pode ser questionado, sobretudo, considerando os episódios de violência que diariamente se sucedem em países como o Brasil.

A diversidade de condições de vida e as diferenças entre as metrópoles nacionais permitem inferir que tratamos mais de ideologias liberais importadas e apressadamente adaptadas aos contextos específicos, do que de uma versão descritiva do que efetivamente se passa nessas localidades. Minha sugestão é que métodos qualitativos de investigação, quando situados, podem nos ajudar a descompactar as presunções sobre usuários e sobre as tecnologias, bem como sobre a localidade. Creio que esse recurso torna possível a distinção entre um comportamento comunicativo mais geral ou social, dos comportamentos específicos em uma plataforma digital.

Ao assumir uma postura metodológica atenta aos usos pretendo também esmiuçar as presunções sobre as normas sociais, as condições de vida e as preocupações sociais sobre a tecnologia, bem como sobre as suas adequações, que cercam as relações que meus

interlocutores estabelecem com as interfaces dos Apps.

As tecnologias móveis oferecem novas possibilidades para as pessoas atuarem na vida cotidiana especialmente organizada (WEILENMANN, 2003; AMIN e THRIFT, 2002). O tratamento dado ao público estruturado em rede e a sua caracterização constitui uma questão fundamental para escapar das armadilhas do determinismo, seja ele tecnológico, social ou cultural (LIGHT, 2013). Minha intenção é compreender como essas tecnologias comunicacionais são mobilizadas pelos usuários, como elas atuam regulando os corpos, os afetos, as fantasias e os desejos através da orientação (ou desorientação) do contato co-localizado.

Os Apps destinados à busca por parceiros emergem em um momento histórico no qual o gênero e a sexualidade estão entrelaçados a uma cultura de “startup” ativamente empenhada em produzir “socialidade” (VAN DIJCK; POELL, 2013). O empenho por parte das empresas de tecnologia é produzido ambientado em um competitivo mercado destinado a fazer do *hookup* um negócio lucrativo. Pode-se questionar em que medida a expansão dessas tecnologias tem colaborado para o gradual reconhecimento de gays e lésbicas, sujeitos econômicos ambientados em uma cultura de consumo. Os aplicativos móveis constituem também um campo profícuo para estender o debate sobre o tema do reconhecimento precário a partir do consumo.

Redes sociais digitais são construídas para ativar impulsos relacionais e, no caso específico dos Apps, esses impulsos são ativados tomando a espacialidade e a sexualidade como critérios.

2.4 CARACTERÍSTICAS DA CONEXÃO COM PROXIMIDADE

As interações digitalmente mediadas implicam em um roteiro que inclui o encaminhamento e discriminação de mensagens; e envolve o tanto o acesso, quanto visibilidade dos sujeitos. A co-localização enreda ainda um conjunto expectativas e de fantasias sobre as condições e possibilidade de contato real. Essas condições não são descoladas das promessas de locomoção, de reconhecimento e de ocupação dos espaços públicos que estão (ou não) disponíveis para as pessoas que buscam parceiros fora das normas da heterossexualidade.

A conexão via proximidade é, com frequência, fantasiada como possibilidade de conexão real. Dito de outro modo, trata-se de uma receita imaginária baseada na fórmula para a qual quanto maior a proximidade, tanto maior será a possibilidade e a velocidade do contato materializar-se. As pesquisas com aplicativos mostram que as mudanças introduzidas pela tecnologia afetam as noções de “proximidade” e “intimidade”, além de paulatinamente afetar a

própria natureza da intimidade contemporânea (SEMPFHUBER; LIEGL, 2016).

O que parece ser problemático em algumas das análises sobre os aplicativos, sites e outras plataformas voltadas à busca por parceiros é um tipo de narrativa idealizadora que descola esses produtos do seu caráter comercial-mercadológico e das condições situadas em que se passam os seus usos. As fantasias que emergem das culturas online são também embebidas em fantasias sobre as funções sociais da tecnologia e suas possibilidades.

Os aplicativos de serviços comerciais de busca por parceiros, do mesmo modo que outros serviços de redes sociais, como o Facebook, por exemplo, são projetados para ativar impulsos relacionais. Mas, o que podemos alcançar tornado explícito que os aplicativos são serviços comerciais que geram ganhos financeiros e implicam em trabalho com base na circulação de conteúdos, sobretudo sexuais, que supostamente estariam operando fora de preocupações econômicas?

Murray e Ankersson (2016) assinalam que projetar o contato social em aplicativos móveis de busca por parceiros é uma tarefa que implica em uma complexa trama entre espaço, lugar, tempo e identidade. O mercado de aplicativos precisa construir produtos cujas mensagens possam ser destiladas por investidores, mas que também precisam ser inclusivos o suficiente para ser escalável. A tecnologia não é neutra porque em seu processo de produção incorpora valores culturais e políticos. Tecnologias são moldadas por um complexo de forças sociais e que resultam de uma pluralidade de opções e decisões que levam em consideração normas sociais e marcos legais.

Nessa mesma linha, Michael Margolis e David Resnick (2000) argumentam que a informação em circulação a partir da Web acabou por recolocar aspectos-chave do cotidiano offline em termos de poder e desigualdade no plano das interações digitalmente mediadas. As características do contato digitalmente mediado alteraram as definições de interação incidindo, inclusive, na forma e na qualidade dos laços sociais. Não se trata de afirmar que a Internet piora ou melhora a vida das pessoas, mas de reconhecer que a informação digital é também configurada para e em torno de um usuário. Minha sugestão é que, assim como gênero, classe, raça, etnicidade, escolaridade, geracionalidade, sexualidade, a natureza ao mesmo tempo social e comercial da Web passou a constituir também um vetor de produção de diferenças e desigualdades.

Se há algum tempo tecnologia de localização chegou a ser considerada um complemento supérfluo e excessivamente oneroso para os serviços móveis, a atual conjuntura é marcada pela integração desses componentes aos equipamentos de tal modo que as atividades cotidianas passaram a ser profundamente mediadas pela tecnologia digital. Do ponto de vista

da sociologia, a presença de sistemas de algoritmos complexos e desconhecidos empurra a análise do social para além de uma assembleia de agências humanas e estruturas organizacionais (BEER e BURROWS. 2013).

Debra Ferreday (2013), socióloga feminista e pesquisadora das mídias digitais, chama atenção para o fato de que o digital está longe de ser um campo separado e privilegiado para a especulação teórica, mas que é integrado e contínuo com o cotidiano. Acompanhando esta sugestão, considero pertinente recuperar os dados sobre o contexto Brasileiro de inserção das mídias digitais com o objetivo de tornar visível o cenário em questão.

2.5 ETNOGRAFIA DIGITAL

A etnografia e o trabalho de campo não são a mesma coisa. Um exemplo disso pode ser observado a partir de um desenho de pesquisa que tome o trabalho de campo etnográfico como uma técnica empírica de acesso às fontes e à coleta de material, sem necessariamente incorporar todos os princípios tradicionalmente associados à etnografia. A pesquisa etnográfica, grosso modo, implica em uma estratégia analítica específica para a coleta e para a interpretação dos resultados do trabalho de campo.

A experiência etnográfica é sempre situada e submetida a um tipo de escrutínio analítico atento aos fatos que ocorreram durante a pesquisa. Isso implica que, se por um lado, os dados são recolhidos, com frequência, por observação, por outro lado, o campo é uma abordagem que resulta de uma “mentalidade analítica”. Isso faz da etnografia mais do que uma mera descrição, já que a mentalidade analítica informa o modo como os dados são teoricamente compreendidos e analisados.

Os estudos etnográficos historicamente se interessaram pelas práticas socioculturais e pelos significados que essas práticas adquirem para quem as desempenha. As descrições e as análises etnográficas mantêm em comum uma explicação da vida social que inclui a perspectiva dessa coletividade. Eduardo Restrepo (2015) sustenta que a etnografia é um enquadramento metodológico que busca entendimento capaz de sustentar um conjunto de técnicas de pesquisa que dão ênfase à descrição do que uma coletividade pensa e faz.

A etnografia pode ser definida como um tipo de descrição que articula representações (pensamentos) e práticas sociais (atividades culturalmente informadas desempenhadas pelas pessoas) em busca de explicar as lógicas que constituem a vida social. Dito de outro modo, uma atividade econômica, uma instituição, um programa, um ritual ou qualquer variável relevante e suscetível de ser avaliada com tais descrições pode ser tomada como objeto de investigação. O

enquadramento etnográfico, portanto, possibilita o entendimento de determinados aspectos da vida social, sem perder de vista como as pessoas concebem esses aspectos, ou seja, trata-se de uma perspectiva analítica que inclui o ponto de vista êmico.

Restrepo argumenta que, no enquadramento etnográfico, técnicas, metodologias e métodos operam em planos diferentes, ou seja:

Las técnicas son los instrumentos o las herramientas de investigación en sí mismas. La metodología - la etnografía no sería tanto la técnica de investigación de la observación participante como la manera de abordar la investigación misma. La etnografía como metodología, como encuadre, estaría definida por el énfasis en la descripción y en las interpretaciones situadas, buscaría ofrecer una descripción de determinados aspectos de la vida social teniendo en consideración los significados asociados por los propios actores (RESTREPO, 2015, p. 163).

Uma das principais características das mídias digitais é a capacidade computacional de processar dados transformados em sequências numéricas ou dígitos. Entretanto, em termos sociológicos, ao falar em “digital” pretendo reter o sentido de um conjunto de práticas sociais específicas, que articulam humanos e não-humanos em ações e que atravessam a vida social, com implicações relevantes tanto para as teorias como para as técnicas empregadas na pesquisa etnográfica. Com isso, pretendo sublinhar a articulação entre infraestrutura e redes sociotécnicas, entendidas como formações híbridas que envolvem humanos e artefatos.

Autores como Fish et al. (2011) falam sobre a sensação de que a internet afetou todos os aspectos da vida humana organizada - econômica, estética, cultural, religiosa, física, geográfica, emocional e pessoal. Dessa maneira a internet pode ser melhor entendida como um “fato social total”, nos termos do antropólogo Marcel Mauss (2003), uma vez que se trata de um fenômeno extensivo sobre toda a vida social.

A internet, o smartphone e o computador se tornaram, ao mesmo tempo, tópicos, ambientes e recursos da pesquisa social. Uma das consequências desse deslocamento é que, no contexto atual, o digital tem se consolidado como um assunto com relevância para todas as áreas consolidadas das ciências sociais. As mídias digitais estão presentes da cidadania à intimidade, das relações entre Estado e economia até o papel variável do trabalho contratual na sociedade digital; da experiência de si mesmo às relações raciais, de gênero e sexualidade, passando pela relação sinérgica entre os sujeitos, a tecnologia e a cidade.

Parte da narrativa dominante sobre as relações entre tecnologia e pesquisa social se produz orientada pela expectativa de que o aperfeiçoamento das soluções tecnológicas poderá um dia resolver problemas tanto problemas metodológicos como sociais. Há quase três décadas a socióloga feminista-marxista Judy Wajcman (MACKENZIE e WAJCMAN, 1999) dedica-se a compreender o “determinismo tecnológico”, isto é, a expectativa de que a mudança social

seja movida pela inovação tecnológica. O argumento mobilizado por esta autora nos ajuda a compreender como o “solucionismo”, isto é, a esperança de que a tecnologia possa resolver problemas, é apenas parte de um discurso maior sobre a tecnologia.

Não se trata de negar a mudança tecnológica, seja por conta do avanço científico ou por acompanhar o argumento de que a tecnologia obedece uma lógica própria; tampouco o que se pretende é negar os efeitos que a presença da tecnologia espraia sobre a vida social. Wajcman reconhece que o determinismo tecnológico contém uma verdade parcial: a tecnologia importa. Mas não importa apenas para a condição material de nossas vidas e para o nosso ambiente biológico e físico - o que é óbvio -, a tecnologia importa para a maneira como coexistimos socialmente. Paradoxalmente, a tecnologia passa a ser entendida, por um lado, como a fonte de solução para impasses e, por outro lado, como aquilo que gera problemas.

Os argumentos de Wajcman jogam luz sobre a expectativa contemporânea de que ferramentas tecnológicas também poderão solucionar problemas sociais. O aplicativo “*Onde Tem Tiroteio*”, que em tempo real informa moradores e moradoras do Rio de Janeiro sobre as localidades onde ocorreram trocas de tiros na cidade, é um exemplo de como as expectativas tecnológicas são moldadas às condições locais. Tecnologias digitais não são artefatos neutros cujas intencionalidades contidas nos transparecem. As coisas se tornam mais complexas quando convertemos tecnologias em ferramentas para o estudo de fenômenos sociais. Plataformas de serviços de redes sociais, como Twitter e Facebook, por exemplo, são projetadas com base na expertise profissionais especializados em linguagem de programação, cientistas sociais e áreas especializadas da psicologia. Plataformas de relacionamento online são produzidas para ativar impulsos relacionais, isto é, para ativar a socialidade, sem a qual a rede se tornaria a-social (VAN DIJCK, 2016).

Artefatos digitais são também mercadorias e, como tal, possuem uma finalidade que é baseada no lucro. O mercado digital não extrai seus rendimentos apenas da venda de dispositivos, mas também das plataformas configuradas para funcionar capturando determinados tipos de dados (vendáveis) em vez de outros. Ajustadas ao ambiente competitivo do mercado, as materialidades digitais se alteram de acordo com o ritmo do desenvolvimento tecnológico, o que torna a etnografia digital um tipo de pesquisa que se dedica a um objeto em constante deslocamento.

Como convém ao reino das mercadorias, plataformas, sites, aplicativos e programas são apresentadas com o colorido da novidade, adaptam-se aos contextos e fracassam, assim como ocorre com os dispositivos e equipamentos que lhes servem de suporte. As materialidades digitais se mostram perenes. Algumas podem alcançar grande projeção, enquanto outras podem

ser retiradas de circulação, quer seja pela falta de adesão do público consumidor ou por conta de efeitos inesperados²³.

O desafio que se coloca para a etnografia no contexto das mídias digitais não se estabelece apenas em termos de como adaptar métodos antigos a novos contextos de pesquisa. De acordo com Saskia Sassen (2002, p. 365), lidar com o digital implica também na tarefa de “desenvolver categorias analíticas que permitam capturar as imbricações complexas entre tecnologia e sociedade”. Para esta autora, não se trata apenas de assumir a digitalização da vida social como um tópico de investigação, mas também de abraçar o conjunto de oportunidades apresentadas pelo digital com vistas a revitalizar e ampliar as capacidades analíticas e empíricas, bem como o escopo da pesquisa social.

As mudanças proporcionadas pela interatividade tecnológica afetam também as estratégias de pesquisa mobilizadas na abordagem dos públicos e dos fenômenos sociais estudados. No que diz respeito ao trabalho etnográfico, a crescente mediação digital lançou um conjunto de desafios e problemáticas específicos e gerais, parte dos quais serão abordados ao longo deste trabalho.

O caráter potencialmente documental e disperso da comunicação digital desafia a criatividade do pesquisador que pretende construir seu estudo sob um enquadramento etnográfico. O primeiro a ser enfrentado pelo pesquisador é que o digital se apresenta como parte do mesmo mundo que habitamos juntamente com as pessoas que integram as nossas pesquisas.

Digital deve ser também compreendido como uma rede que conecta práticas, teorias, metodologias e até mesmo o produto final da etnografia, que será disponibilizado por meio da internet. Isto posto, pode-se dizer que a presença o digital se faz presente nas diferentes fases do processo de pesquisa, o que suscita reflexões sobre as consequências do uso de artefatos digitais como instrumentos para obtenção, registro, análise dos dados, apresentação de achados e partilha dos resultados da pesquisa. Campos inteira ou parcialmente constituídos pelas tecnologias demandam a criação de outras estratégias de abordagem e de práticas de pesquisa.

Mas como é possível fazer a etnografia quando o digital é parte do campo, do desenho

23 Um exemplo elucidativo a esse respeito pode ser extraído a partir do que ocorreu com o aplicativo “Lulu”, lançado em 2013. O diferencial desta plataforma foi permitir homens fossem classificados e avaliados por mulheres. Após 2 meses, o uso do aplicativo foi proibido no Brasil em meio a polêmicas e discussões sobre os limites da privacidade e o sexismo na sociedade brasileira, que resultaram em ações judiciais sobre danos morais. Para uma abordagem antropológica a respeito do tema, ver: ALVAREZ, Illana Lopes. Eles na pele delas: dilemas acerca do aplicativo Lulu. Revista Florestan Fernandes, v. 4, n. 6, pp. 49-69, 2017. Disponível em: <<http://www.revistaflorestan.ufscar.br/index.php/Florestan/article/view/179>>. Acesso em: 10 dez. 2017.

da pesquisa, da seleção das técnicas e dos processos de coleta e análise de dados? Quais são as consequências desta presença para a prática etnográfica? Quais as implicações do digital para a logística do trabalho etnográfico?

A presença da tecnologia como mediador para as relações sociais leva às últimas consequências os pressupostos que orientam a construção das categorias conceituais e analíticas que dispomos para classificar e analisar as interações sociais. Em outras palavras, as mídias digitais contribuem tornando visíveis os limites das categorias analíticas que foram forjadas em um mundo marcado por interações face a face quando as mobilizamos com o objetivo de entender um mundo conectado.

Não se trata de dizer que então precisamos de teorias totalmente novas, tampouco afirmar que esta ou aquela abordagem teórico-metodológica tem pouca serventia, mas, conforme argumenta a socióloga Noortje Maares (2017), a questão é considerar *se e como* a presença das materialidades digitais implica em mudanças nas relações entre tecnologias e vida social; entre conhecimento, tecnologia e sociedade.

Materialidades digitais integram as relações humanas e são também integradas às relações. Os recursos técnicos e as funcionalidades oferecidas pelas interfaces que se apresentam nos dispositivos com os quais nos envolvemos cotidianamente evidenciam outros aspectos às relações sociais. Por exemplo, a possibilidade de co-presença trazida pelos grupos formados a partir de aplicativos de mensagens instantâneas, como WhatsApp, tornam possível a interação simultânea e coletiva de mais de uma centena de usuários individuais, algo até então impensável considerando os recursos técnicos dos quais se dispunha.

O adjetivo digital não busca a definição de uma nova etnografia. O se apresenta é a possibilidade de compreender as implicações decorrentes da expansão da mediação tecnológica por áreas diferentes da vida social, sem deixar de lado sem deixar de enfrentar os desafios que neste contexto estão colocados para o trabalho etnográfico (Pink et al., 2016).

O que se propõe é uma aproximação reflexiva sobre o modo como a tecnologia atravessa a prática de pesquisa revelando o impacto da presença do digital nos contextos com os quais estamos trabalhando. Cabe reiterar que a ênfase no digital não se caracteriza pela primazia do online como uma abordagem descolada do mundo offline, mas marca o modo como a mídia está integrada ao cotidiano das pessoas, o que inclui também o cotidiano do pesquisador.

O sociólogo Klaus Bruhn Jensen (2011) explica que a comunicação digital se assemelha a interação face a face em diversos aspectos e, em alguns deles, as semelhanças são até mais profundas do que com a comunicação de massas. Aliás, a própria ideia de comunicação

foi informada, durante muito tempo, pelas mídias até então disponíveis. A comunicação, diz ele, só foi pensada como categoria geral e atividade humana concomitante ao desenvolvimento dos meios eletrônicos, a partir da última metade do século XIX, começando pelo telégrafo (cf. JENSEN, 2011, p.45). A proposta de uma etnografia digital, portanto, não é o mesmo que o emprego de métodos e técnicas de pesquisa exclusivamente tecnológicos, tampouco pode ser reduzida a uma mera digitalização dos métodos (MARRES, 2017).

Os métodos e as técnicas mobilizados em minha experiência etnográfica foram ser pensados e acionados tendo em vista as questões de pesquisa que eu buscava responder. Devo dizer que minha compreensão sobre o trabalho etnográfico parte de uma perspectiva aberta e relacional. Minhas estratégias e reflexões são produzidas considerando o local que a tecnologia ocupa na vida dos sujeitos com os quais interagi durante a pesquisa. O digital ganha relevância e sentido a partir dos usos sociais e das conexões que estabelece com o contexto em que vivem meus interlocutores e como este artefato permite relacionar o contexto micro com problemáticas mais amplas.

O fato de que a rede digital seja um instrumento facilitador do contato e do intercâmbio de informações não quer dizer que essa seja a solução para todas as pesquisas. Em cada estudo deve-se ponderar, por exemplo, se abordar um determinado público a partir de um serviço de rede social digital é ou não melhor maneira de realizar a pesquisa; se a tecnologia é relevante para o grupo estudado e para a questão que a pesquisa busca responder (PINK et al., 2016).

2.6 O CAMPO COMO REDE

A etnografia é, então, uma forma de conhecimento que opera no marco das vertentes interpretativas da investigação social. Em sua acepção clássica, o trabalho etnográfico remonta aos paradigmas fenomenológicos, compreensivos e interpretativos. Essas diferentes denominações são empregadas de acordo com a ênfase que se pretende dar a alguma de suas dimensões constitutivas. Entendo que a compreensão de que as ideias que as pessoas têm sobre o mundo social interagem com o que acontece nele é o ponto de partida assumido pela pesquisa etnográfica para dar conta dos sujeitos considerando, ao mesmo tempo, a produção e a reprodução do social (FONSECA, 1999).

Marres (2017, p. 32) observa que, independente da abordagem adotada, a pesquisa social se caracteriza por ser intrinsecamente interativa, uma vez que conhecimento e vida social se influenciam mutuamente. O digital não apenas evidencia a emergência de novas fontes ou instrumentos de pesquisa, mas tem o potencial de deslocar as próprias relações que constituem

a investigação social (p. 35).

Um balanço sobre as pesquisas etnográficas envolvidas com a presença da tecnologia no Brasil contemporâneo permite verificar que o digital reconfigurou as relações entre pesquisadores/as e pesquisados/as, entre a pesquisa e os contextos nos quais ela é aplicada. (CARVALHO e CARRARA, 2015; PELÚCIO, 2015; DO PRADO, 2015; NASCIMENTO, 2016; SILVEIRA, 2017; FACIOLI, 2017; PRADO, 2015).

A consolidação de uma percepção coletiva a respeito da relevância cultural, política e econômica das mídias digitais parece ter se tornado um fato inegável. No entanto, ainda precisamos saber para quem, como, onde, de que maneiras e por quais razões ela importa (STINGL, 2016). Perceber essas nuances exige um olhar crítico sobre as presunções estreitas sobre uma possível universalidade da experiência digital, o que torna improvável o surgimento de uma “teoria geral” nesse campo²⁴.

Conforme Marwick (2013) observa, métodos e técnicas qualitativas como entrevistas, observações etnográficas e análises de conteúdos constituem fontes de dados que nos permitem avançar além da descrição revelando sobre como o digital afeta a vida, as normas e as práticas sociais. Também podem colaborar desmistificando as presunções individualistas sobre as tecnologias e sobre o comportamento comunicativo ou de mídia social mais geral permitindo distingui-lo do comportamento específico de uma plataforma digital.

Com relação ao método etnográfico, uma variedade de estratégias que tem sido empregada de acordo com os objetivos de cada investigação. Uma vez que a etnografia consiste em uma prática de pesquisa que está arraigada em diferentes campos de investigação, as estratégias de abordagem são produzidas buscando adequá-las aos contextos e aos interesses de acordo com cada pesquisa. No campo das Ciências Sociais, uma síntese possível é oferecida pela antropóloga Cláudia Fonseca (1999, p. 59) para quem “o método etnográfico é visto como o encontro tenso entre o individualismo metodológico (que tende para a sacralização do indivíduo) e a perspectiva sociológica (que tende para a reificação do social)”.

24 Siddhartha Kara (2017) retrata a centralidade do trabalho escravo no mundo contemporâneo na produção das empresas de eletrônicos. Em sua análise sobre o caso das minas de cobalto da República do Congo, além de nos aproximar do trabalho desumano cotidianamente desempenhado por mulheres e crianças na extração das pedras, o cronista também revela as diversas formas pelas a tecnologia pode se fazer presente alterando as experiências cotidianas. O cobalto, elemento químico de alta toxicidade, encontra-se em todas as baterias recarregáveis, em especial naquelas feitas de íons de lítio, indispensáveis para o funcionamento de *smartphones*, *tablets*, *laptops* e veículos elétricos; e também é empregado na fabricação de superligas necessárias para motores a jato, turbinas a gás e alguns tipos magnéticos de aço. O trabalho de extração deste minério é especialmente degradante e perigoso, sobretudo nas partes inferiores das cadeiras de produtivas, o que nos confronta com os limiares, paradoxos, contradições e ambivalências de que os processos tecnológicos estão imbuídos.

Em suas versões mais alegóricas e tradicionais, os estudos etnográficos de campo foram realizados por um longo período de tempo, geralmente por anos, permitindo ao pesquisador “imersão na cultura”, a partir do convívio cotidiano com os sujeitos (nativos). A etnografia, por sua vez, emerge como um esquema complexo envolvendo enquadramentos epistemológicos, técnicas metodológicas e práticas de escrita. Como é próprio do conjunto de práticas e pressupostos que orienta a pesquisa etnográfica, as abordagens iniciais foram reconsideradas e reconfiguradas em diferentes épocas e sob diferentes domínios da vida social.

Um olhar retrospectivo permite constatar que a relação entre a tecnologia e a pesquisa etnográfica não é nova. O uso de câmeras fotográficas para registrar imagens e de cilindros fonográficos usados para gravar entrevistas estiveram disponíveis e ao alcance dos pesquisadores pelo menos desde o século XIX. Isso nos leva a considerar que a novidade em questão não se resume ao emprego de recursos tecnológicos na pesquisa de campo, mas o fato de que os recursos tecnológicos são empregados pelos sujeitos que vivem em um mundo de relações digitalmente mediadas e em relações que não seriam possíveis sem o suporte oferecido pela materialidade digital. Dito de outro modo, se há algo de novo é que estamos lidando com campos parciais ou inteiramente construídos pela tecnologia.

Há mais de três décadas etnógrafos e etnógrafas debatem, a partir de variadas perspectivas - e sem um consenso -, a concepção de que o campo é, em última instância, a compreensão de um “espaço delimitado” que contém uma “cultura” (WAGNER, 2010; CLIFFORD, 1998; MARCUS, 1995; STRATHERN, 1996; INGOLD, 1996; APPADURAI, 2004). Tais abordagens produzem uma leitura crítica dessa compreensão do campo refletindo sobre os efeitos dessa concepção sobre as narrativas antropológicas. De um ponto de vista prático, pode-se questionar em que medida a alegoria do campo como um espaço delimitado foi uma presunção alimentada por experiências e pelas narrativas resultantes de pesquisas em pequenas comunidades (MARCUS, 1995).

Não é raro que colegas digam que estão “indo a campo” ou “estão em campo” como uma parte separada do processo de pesquisa. Nesse ponto, o que se evidencia é uma percepção do campo como algo desconectado do restante do processo de investigação. Restrepo (2015) lança críticas incisivas a essa compreensão alegando se tratar de uma postura antropológica extrativista, em que o pesquisador vai até o campo extrair os dados que convêm ao seu problema de pesquisa. O antropólogo também assevera que, em casos assim, frequentemente, a influência exterior, ou melhor, daquilo que é tomado como externo ao objeto, passa a ser tratado como um conjunto de questões secundárias dentro do processo de pesquisa.

No caso de um campo construído a partir do digital nenhuma dessas duas posturas se

torna sustentável. Em primeiro lugar, porque ao selecionar um objeto de estudo como um site, um aplicativo ou uma plataforma, invariavelmente, somos convidados a uma posição de imersão. Projetar um recorte desse tipo envolve que nos tornemos também usuários. Precisamos criar e manter contas, perfis ativos e à disposição dos nossos interlocutores, de tal modo que essas ferramentas passam a integrar o nosso cotidiano. Além disso, a adoção da segunda posição, que isola os fatores externos como secundários, oblitera os processos sociais que moldam a própria tecnologia em questão e que constituem, ao fim e ao cabo, a materialidade com a qual a pesquisa tem de lidar (HSU, 2014).

Ao isolar um conjunto de relações sociais a partir de uma plataforma, site ou aplicativo, não podemos desconsiderar os processos legais, econômicos e estatais que moldam a interface. Esses não são fatores secundários. Deixar de fora o papel da infraestrutura da interface compromete não apenas a descrição do uso, mas também a compreensão que fazemos da própria tecnologia.

A despeito das controvérsias que existem em torno do tema, permanece o fato de que a definição de espaço foi percebida como um elemento crucial para o enquadramento daquilo que faz ou não parte do campo etnográfico. Desde o início, o campo é uma das primeiras escolhas que organizam o desenho da pesquisa. Fora do digital, com frequência, o espaço escolhido delimita o ponto a partir do qual será desenvolvida a observação participante. Essa operação de recorte envolve um ato de exclusão que implica na separação entre aquilo que a pesquisa cobre e o que ela deixa de fora.

O campo é sempre “construído” por um processo de abstração que envolve a exclusão e a inclusão de relações com vistas aos objetivos da pesquisa. O campo é sempre uma produção criativa e nunca uma descoberta. Talvez, por isso, para muitos pesquisadores e pesquisadoras, a espacialização do campo atue reiterando a percepção alegórica do campo como algo que está lá (MARCUS, 1995).

Nas últimas décadas, o debate sobre a globalização e sua articulação com os meios de comunicação e informação adentrou este conjunto de questões deslocando as presunções que sustentavam uma ideia estacionária de cultura - como algo que está lá. O resultado foi uma compreensão da cultura em fluxo (CLIFFORD, 1998; MARCUS, 1995; APPADURAI, 2004; CASTELLS, 1999). Os movimentos de pessoas, objetos, ideias, mídias e do próprio pesquisador em campo tornaram visíveis novos *insights* sobre novos objetos de investigação (BURRELL, 2009). As críticas levantadas por estudos contemporâneos ofereceram um caminho profícuo para a fundamentação de uma compreensão contemporânea de que a cultura é situada e não como estando contida em um espaço (MARCUS, 1992, WAGNER, 2010).

George Marcus (1995) inovou ao tratar a problemática da configuração local do campo sugerindo uma variedade de modos possíveis de estabelecer a coerência da pesquisa sem ceder à fixidez do local. Burrell (2009) sustenta que os argumentos de Marcus podem ser profícuos para as pesquisas com mídias digitais, pois mostram a centralidade do movimento para a prática social e permitem verificar que os processos sociais podem ocorrer em grandes distâncias articulando entidades distintas.

Marcus (1995), a partir de uma análise crítica dos paradigmas canônicos da antropologia, oferece uma reflexão sistemática sobre os contextos em que a etnografia se realiza. Ao desconfiar do pressuposto de que as situações pesquisadas se desenrolam em comunidades isoladas e fechadas, Marcus recorre à história para mostrar como a integração de mercados, esquemas de diferenciação social e de interação dos “nativos” com diferentes grupos de referência foram elementos artificialmente apagados, mas que estiveram presentes desde as primeiras abordagens etnográficas. Esse giro na compreensão da cultura é especialmente produtivo para os estudos *com, nas e sobre* as materialidades digitais.

Os processos de modernização, inovação e desenvolvimento tecnológico e a sua relação intrínseca com as interações mediadas pelas interfaces digitais contribuem para a diversificação e diferenciação de práticas sociais, atividades, identidades e associações. Em termos metodológicos, a proposta de Marcus parte de uma estratégia de investigação que envolve práticas de pesquisa multissituadas produzidas a partir da ênfase na ação social. Os argumentos deste autor também colaboram para colocar em xeque a noção de “informante” à medida em que deixa visível o processo de interlocução e articulação implícito ao trabalho etnográfico.

O caso das etnografias envolvidas com materialidades digitais alimenta um intenso debate em torno da reestruturação teórico-metodológica do fazer etnográfico no mundo contemporâneo. Ainda que a etnografia digital não seja considerada fundamentalmente diferente da etnografia tradicional, autoras como Weilenmann (2003) observam que as multiplicidades - de sentidos, modalidades, fontes de informação, linguagens, categorias, tipos de dados e nos quadros de análise - estão intrinsecamente vinculadas à conjuntura tecnológica atual. Em todos esses aspectos o que se revela é que a tecnologia está subjacente a uma mudança profunda, que incide tanto sobre as formas como também sobre os conteúdos da vida social.

Na última década, autores como Scott Lash (2007a, p. 18) perceberam que as relações e as interações sociais contemporâneas não são apenas mediadas por *softwares* e códigos digitais, elas são cada vez mais constituídas por eles, ou seja, o que era um meio se converteu numa coisa, um produto. Mais tarde, revisitando algumas de suas proposições mais antigas,

Lash (2006) reposiciona seu argumento afirmando que, atualmente, a informação deixou de ser apenas um meio pelo qual entendemos o mundo e se converteu também em um agente ativo na sua construção. O digital passou a ser entendido como uma questão ontológica extrapolando o caráter meramente epistemológico (LASH, 2007b).

A condição interativa que caracteriza as mídias digitais também afeta nossas ideias sobre participação (DEAN, 2005), o que tem reflexos sobre os limites de nossos horizontes de aspiração (FACIOLI, 2017). As pesquisas contemporâneas que se debruçam sobre analisando e teorizando sobre os deslocamentos resultantes da articulação entre pessoas e interfaces tecnológicas invariavelmente se deparam com questões sobre os modos como praticamos, incorporamos e elaboramos as lições que aprendemos com o campo. Se a reflexividade é um componente básico da etnografia e do seu processo de interpretação, assim como a intertextualidade, então a análise das condições de produção da intersubjetividade e a crítica cultural não podem deixar de considerar nosso entendimento sobre o desenvolvimento dessas tecnologias que sustentam o nosso trabalho (BURRELL, 2009)

A popularização dos computadores e, mais tarde, o surgimento da internet, no final da década de 1990, não contribuíram para reposicionar as problemáticas circunscritas em torno os fenômenos e o espaço, mas também deslocaram as relações com o tempo. Em sua análise sobre as condições da visibilidade mediada pela tecnologia, John B. Thompson (2008) comenta que ao libertar as interações sociais da co-presença, as tecnologias da informação e da comunicação colaboraram para a ruptura entre o vínculo que até então parecia indissociável entre a presença física e a experiência espacial. A comunicação e a tecnologia da informação deslocaram os limites das restrições espaço-temporais na comunicação e na transmissão de informação.

Em termos históricos, o método etnográfico foi pensado e produzido com base em um conjunto de interações sociais entre sujeitos que se relacionavam face a face. Desse modo, pode-se argumentar que os fundamentos da interação sincrônica definiram e caracterizaram a interação social tendo em vista que sujeitos se relacionam e se comunicam em uma situação de co-presença, na qual, presumivelmente, podem ver e ouvir uns aos outros, enviando e recebendo informações de forma simultânea. Entretanto, os novos meios digitais permitem um tipo de interação remota que pode ser tanto sincrônica, quanto assíncrona, de modo que os participantes envolvidos em uma interação não dependem da presença ao mesmo tempo e em um mesmo lugar para que possam interagir.

Thompson (2008) sustenta que um dos deslocamentos mais profundos promovido pela presença das tecnologias da informação e da comunicação foi a liberação das interações face a face das suas propriedades espaço temporais. Isto é, trata-se de um tipo de comunicação e de

interação na qual o campo de visão é espacialmente ampliado e pode ser alargado temporalmente, o que traz consequências para as interações. Ainda que deixar um bilhete em um lugar para alguém possa ser um exemplo de comunicação assíncrona - em que a localidade permanece e a temporalidade é deslocada -, a particularidade produzida pelas mídias digitais é que permitir diferentes níveis de sincronicidade na comunicação mediada. Os diversos serviços digitais para a comunicação, como WhatsApp, Skype, Facebook, Twitter, e-mail, apenas para citar os mais conhecidos entre os brasileiros, alteraram radicalmente as possibilidades de interagir de forma sincronizada à distância.

Burrell (2009) observa que a definição dos objetos e temas que ocupam a agenda de pesquisa sobre as mídias digitais tendem a ser circunscritos a partir de uma rede de relações, geralmente, estabelecidas em torno de uma plataforma. Para esta autora, o campo pode também ser definido como rede quando incorpora espaços físicos, virtuais e imaginados de maneira articulada. A rede se constitui um recurso de localização para a pesquisa e opera como uma bússola que situa o pesquisador diante do fluxo ininterrupto característico das relações online. A partir de uma analogia com o terreno espacial, a Burrell propõe uma abordagem metodológica para o tema.

Assim como ocorre com o campo de pesquisa em sua versão tradicional, o campo em rede pode ser definido como um conjunto heterogêneo e articulado, que resulta de uma construção da pesquisa. Em outras palavras, a rede é uma abstração sobre as relações entre diferentes sujeitos, artefatos e entidades. Da mesma forma que nas pesquisas tradicionais, a abordagem proposta por Burrell se preocupa também com as relações logísticas da pesquisa, que implicam em etapas práticas, inclusive, de escrita. O termo “campo”, portanto, refere-se tanto às características espaciais de uma pesquisa quanto ao período em que os processos sociais estudados ocorreram.

Em diálogo com Marcus (1995), Burrell fundamenta seu argumento assumindo a compreensão de que a etnografia contemporânea é um estudo de partes e não de conjuntos inteiros. Assim, os movimentos dos pesquisadores e pesquisadoras não podem ser executados como se fossem co-extensivos à forma como o fenômeno social em estudo se estende pelo espaço. Para Burrell (2009, p. 187) entender que pesquisadores e pesquisadoras estudam partes, em vez de processos inteiros, é parte do processo de “acomodação logística” da pesquisa.

A noção de rede como instrumento de pesquisa social remete a uma problemática de vinculação social. Ao que tudo indica, o sociólogo britânico A. J. Barnes (1954) foi o primeiro a empregar a noção na pesquisa social. O objetivo da pesquisa de Barnes envolvia compreender o fluxo das relações sociais e as características do contato entre as pessoas na vida cotidiana.

Delimitando sua problemática em torno de uma pequena comunidade o é uma ferramenta de representação visual do contato entre as pessoas e as razões que sustentam essa ligação.

Enquanto método de reconstituição, a rede social permitia que Barnes identificasse os vínculos estabelecidos entre as pessoas e como essas relações atravessam a vida cotidiana. Atualmente há uma variedade de insights desenvolvidos a partir do estudo de Barnes: Marilyn Strathern (1996) sugere que a imagem da rede é adequada para descrever a maneira como se pode vincular ou enumerar diferentes entidades sem fazer suposições sobre o nível e sem estabelecer hierarquias entre elas; Hannerz (1991) sugere que as redes podem ser entendidas como uma maneira de estabelecer um corte transversal nas unidades de análise convencionais; Nancy Baym (2011) pontua que o conceito de rede não substitui nem a comunidade, nem o indivíduo, mas evidencia uma mudança cultural que seria implementada e acelerada pelas tecnologias da internet; de modo complementar, Burrell (2009) comenta que as redes oferecem uma oportunidade para o desenvolvimento de uma compreensão não-convencional dos processos sociais.

A despeito da variedade de proposições, em comum permanece a compreensão de que, uma das vantagens da rede é possibilidade de construção de uma estrutura visual de relações que pode ser reconstituída a partir das conexões que os participantes realizam e que são observáveis.

O trabalho de Christine Hine (2000) representa uma das primeiras tentativas sistematizadas de uma “etnografia adaptativa”, formulada considerando as situações novas que se apresentavam com uma vida integrada pela presença das mídias digitais. Esta autora rompe com o paradigma do ciberespaço ao argumentar que, se querem ser metodologicamente inovadores, os estudos precisam levar em conta os contextos on e offline de maneira articulada. Trata-se de uma proposta de etnografia que busca se adequar ao seu objetivo, a saber, compreender a complexidade da internet.

Inspirado pelo trabalho de Hine, busquei construir um esquema capaz de combinar técnicas que permitissem construir o campo na articulação entre on e offline em continuidade. Meus esforços se guiaram no sentido de combinar a observação participante realizada dentro e fora dos aplicativos às entrevistas e interações on e offline. Também me dediquei à análise dos perfis produzidos nos aplicativos considerando o conteúdo e sua infraestrutura. Além disso, os discursos publicitários, as mudanças legais e a interface dos serviços comerciais de busca por parceiros são analisadas considerando a sua inserção em uma ecologia de mídias mais amplo.

Definir o campo como uma rede é uma estratégia para fazer com que o fenômeno social se torne visível, colocando-o em primeiro plano contra a complexidade social do seu enquadramento urbano. O primeiro plano implica em desenhar os contornos do fenômeno, distingui-lo das atividades concorrentes e intersecções que também ocorrem dentro do campo espacial, que é definido mais tradicionalmente pelas fronteiras da cidade. O termo contorno descreve melhor o resultado desse ato de primeiro plano, indicando que se obtém maior precisão do que seria possível contando com os limites da cidade, do país e assim por diante. Ao mesmo tempo, esse termo preserva a qualidade da irregularidade e a noção de que o fenômeno social é delineado e não separado do seu contexto (BURRELL, 2009, p. 170)

A prática etnográfica é inseparável dos contextos em que é empregada. Definir um site de campo como uma rede é uma estratégia que permite tomar as relações em um espaço contínuo, escapando da presunção da proximidade ou mesmo da espacialidade em um sentido físico. A continuidade não significa homogeneidade ou mesmo unidade. Continuidade implica em ligações, conexões e articulações (BURRELL, 2009).

“Seguir as pessoas”, “seguir os objetos”, “seguir as metáforas” são exemplos de entradas estratégicas sugeridas por ele para conferir uma coesão abrangente às etnografias multissituadas. Estratégias multissituadas tensionam as compreensões de cultura que partem ou buscam a homogeneidade. São táticas de pesquisa poderosas porque revelam como, ao menos em suas versões contemporâneas, os processos culturais se inscrevem nas vidas dos sujeitos em graus variados.

Hannerz (1991), já no início da década de 1990, notou que, em contextos tecnologicamente mediados, a exposição a uma diversidade de significados resulta em sujeitos com uma relativa capacidade de autodeterminação. Métodos qualitativos, como entrevistas, observações etnográficas e análise de conteúdo, fornecem uma rica fonte de dados que nos permitem avançar além da descrição. Por exemplo, os métodos qualitativos podem ser reveladores a respeito das normas sociais, a busca por adequação ou outras preocupações sociais sobre a tecnologia (MARWICK, 2013).

A etnografia digital, reestruturada metodologicamente, não é fundamentalmente diferente da etnografia tradicional (HSU, 2014). Estendendo e adaptando a etnografia é possível encontrar novas questões para a reflexão sobre o que conta como experiência etnográfica e sobre as implicações da comunicação mediada (HINE, 2000). O trabalho de Marcus (1995) é uma fonte de inspiração recorrente para as abordagens etnográficas que envolvem as mídias digitais.

A abordagem a partir de reconfiguração do local do campo na pesquisa oferecida pelos trabalhos deste autor descortinou outros modos possíveis de estabelecer a coerência da pesquisa, sem prescindir da fixidez do local.

2.7 PARTICULARIDADES DA MEDIAÇÃO DIGITAL

A amplitude e a diversidade encontrada nos serviços de redes sociais exigem o reconhecimento de que diferentes grupos de usuários têm diferentes normas sociais e expressões idiomáticas de prática (GERSHON, 2010). Além do mais, do ponto de vista da prática de pesquisa, há que se reconhecer que as tecnologias também alteram nossos sentidos.

Na perspectiva do trabalho de campo, Les Back (2007, p. 11) comenta que um dos aspectos mais interessantes das novas tecnologias para a sociologia talvez seja as novas formas de ouvir, que passam a exigir que “começemos a pensar de maneira diferente sobre o relacionamento entre o observador e o observado”.

O argumento de Back poderia ser complementado com a afirmação de que não são apenas novas formas de ouvir que estão em jogo, pois as “novas tecnologias” implicam também em uma “nova visibilidade” (THOMPSON, 2008) que também solicita uma reflexão sobre outras maneiras de ver a relação entre quem observa (sujeito pesquisador) e quem é observado (sujeito pesquisado).

Além do mais, a socialidade digitalmente mediada exige um certo tipo de “reciprocidade entre os usuários”, ou seja, se alguém aspira se conectar e receber quaisquer tipos de informações de outros usuários, também é necessário revelar algo sobre si mesmo. Desse modo, as novas estratégias etnográficas resultam em “espelhos digitais” (FRÖMMING et al., 2017), o que força o pesquisador a se aventurar numa jornada sobre si mesmo.

Arquivos *sites*, blogs e serviços de redes sociais também podem ser abordados como fontes documentais contemporâneas. A esse respeito, da perspectiva da antropologia feminista, Athina Karatzogianni e Adi Kuntsman (2012, p. 6) sugerem que:

pensar em sites da Internet como objetos de sentimentos joga luz não apenas sobre a intensidade emocional das interações online, mas também sobre tecnologias digitais de forma mais ampla, mostrando como elas podem ser objetos, mediadores e repositórios de afetos.

Em diálogo com o que Sarah Ahmed (2004) descreve como “economias afetivas”, isso é, como o poder das emoções se acumula através da circulação de textos, Kuntsman e Karatzogianni chamam a atenção para o fato de que, online, sentimentos e interações tornam-se verdadeiros “fósseis virtuais” que permanecem congelados em arquivos online armazenados em servidores por anos.

Estas reflexões nos convidam a vislumbrar as articulações possíveis entre tecnologias,

práticas sociais, emoções e contextos de comunicação. Mais do que isso, tais análises mostram que a velocidade e da rápida circulação de conteúdo, tipicamente associadas às culturas digitais, coexistem com a preservação e documentação de conteúdo. Embora sejam distopicamente fantasiadas como “frias”, as tecnologias estão saturadas de emoções.

Contrastada com o modo tradicional e analógico de escrita e registro dos dados de campo, a pesquisa com as mídias digitais e a Internet possibilita o acesso à informação em tempo real. Essa informação, ao longo do processo de pesquisa, pode ser complementada com outras fontes, interseccionando interações on e offline. As novas tecnologias digitais formaram um repositório de informações diversificadas sobre preferências, gostos, estilos de vida de variados públicos e atividades cotidianas. Este recurso abrangente e onipresente, na medida em que tem sido progressivamente incorporado à vida cotidiana, pode também ser empregado como uma ferramenta complementar de pesquisa.

Dicks et al. (2015) chamam atenção para o fato de que a Internet não deve ser entendida como um espaço de observação “neutro”. Em primeiro lugar, porque embora a rede possa oferecer uma falsa impressão de horizontalidade e simetria, o que se verifica é a formação de elites digitais com maior ou menor capacidade de influência. Além disso, as escolhas que cercam um determinado objeto, o trabalho de campo, a seleção e a análise de dados de um pesquisador estão comprometidas por agendas, histórias pessoais e normas sociais. Nossos campos de pesquisa representam mais continuidade do que rupturas com práticas etnográficas anteriores.

Larissa Hjorth (2017) ressalta que as formas de comunicação são sempre mediadas, senão pela tecnologia, por gestos, memórias e emoções. A diferença é que os ambientes digitais são conglomerados de tecnologias, eventos e realidades que se interpenetram e, às vezes, co-constituem-se, o que leva a alterações na forma da comunicação. A mediação digital fomentou novas expressões de identidade, novas formas de trabalho colaborativo, novos negócios e estratégias políticas, novos modos de produção e distribuição de arte e novas configurações de socialidade, intercâmbio e intimidade. O digital está tão intimamente envolvido com o mundo físico e a vida cotidiana que até mesmo a antiga oposição entre o “virtual” e o “real” passou a ser considerada enganosa.

A pesquisa digital se depara com a imposição de reconhecer a ecologia que molda a plataforma em questão, bem como os marcos legais e éticos sobre as informações que serão divulgadas e aquelas que serão omitidas. Afinal, os códigos legais formam as condições básicas que podem incentivar ou inviabilizar determinados usos e a própria pesquisa. Por exemplo, uma pesquisa que apresente a transcrição literal de um conteúdo publicado por um usuário em seu

perfil em um serviço de rede social, como o Facebook, mesmo modificando nomes, inevitavelmente, tornará esse conteúdo rastreável, expondo a pessoa em questão. Isto nos obriga a reconhecer que manter o anonimato dos interlocutores no plano digital não se passa como uma transposição exata das mesmas normas que regulam a busca por preservar o anonimato de interlocutores em formas relacionais que se passam no plano offline.

Diferente do que se passou nas primeiras abordagens sobre o digital, atualmente, as pesquisas passaram a entender que tratamos de um campo integrado e contínuo com o cotidiano. Uma síntese possível é que, com o passar do tempo, as pesquisas progressivamente passaram a reconhecer que, para além das identidades virtuais, existem pessoas de carne e osso que operam as tecnologias com finalidades específicas. Certamente, isso também tem a ver com a ampla disseminação das tecnologias e com a variedade de maneiras pelas quais as “novas” tecnologias foram inseridas na vida pessoal e social integrando o cotidiano.

Steve Woolgar (2005, p. 37) comenta que “a aceitação e o uso das novas tecnologias depende crucialmente do contexto social”. Trata-se de reconhecer e compreender as implicações de universos sociais co-constituídos e enredados por tecnologias digitais e que emergem desafiando a prática etnográfica. O digital é parte de uma conjuntura que nos convida não apenas a teorizar sobre o mundo digital de novas maneiras, mas também de repensar a forma como entendemos práticas, interações sociais, mídias e ambientes pré-digitais.

Marres (2017) sustenta que o digital também aponta para um conjunto de transformações sociais que exigem mudanças no modo como entendemos e investigamos a vida social. Um exemplo da relação retomada pela autora é o fato de que questões que antes pareciam ser separadas da tecnologia, como a sociologia das relações raciais, agora se revelam profundamente entrelaçadas. Marres reitera que, atualmente, o digital constitui um fato social total argumentando que, de modo semelhante ao que ocorreu com a temática do meio ambiente, o digital passou a afetar diferentes setores da organização social tornando se relevante para diversos domínios da vida contemporânea.

Longe de buscar respostas cabais ou fórmulas prontas, a intenção deste capítulo se concentra em tratar das metodologias etnográficas mobilizadas para estudar as mídias digitais, contextos sociais e práticas culturais. O que se tem é uma visão geral de um quadro teórico emergente preocupado com as práticas etnográficas envolvidas em contextos digitalmente mediados. Espero que, mais do que modelos, a partir das questões colocadas possamos discutir questões relacionadas à realização do trabalho de campo etnográfico digital considerando as suas implicações para a observação participante, entrevistas e como ferramentas digitais para registro e análise de dados.

A etnografia digital nada mais é do que uma abordagem do método etnográfico consciente da presença da tecnologia na vida social, bem como das novas oportunidades e limitações apresentadas pelo envolvimento entre digital e vida social. Não se trata uma mera alegação de que o digital inaugura novas maneiras de conhecer a sociedade, já que essa posição solucionista parece exagerar na expectativa de que as infraestruturas digitais possam resolver problemas tanto da sociedade, quanto das ciências sociais (MARRES, 2017).

O digital não apresenta apenas novas fontes ou instrumentos de pesquisa ao trabalho etnográfico, mas desloca as bases da ação social em um mundo digitalmente mediado e que abriga práticas que, até então, seriam impensáveis sem a presença da tecnologia.

3 HISTORICIZANDO A TECNOLOGIA E AS PRÁTICAS SOCIAIS

3.1 FRAGMENTOS SOBRE A HISTÓRIA DA BUSCA POR PARCEIROS NO INTERIOR PAULISTA

Eu sou de uma época que, se as pessoas quisessem conhecer alguém diferente para sair, conversar, ficar e transar, tinham que fazer sinal de fumaça. Não existia nada disso, era tudo mato mesmo. Não tinha internet, não tinha sites e nem aplicativos. O negócio funcionava no modo analógico. E se você acha que essa cidade é entediante hoje, imagine como era há 20 anos atrás (Anotação extraída do caderno de campo do Pesquisador).

Foi como Rafael, 38 anos, representante comercial de uma grande marca de gêneros alimentícios, descreveu a cidade onde nasceu e cresceu.

Com pouco mais de cinco mil habitantes, a cidade em que Rafael cresceu faz parte de um dos 12 municípios paulistas considerados estâncias climáticas, o que garante à cidade a alocação de incentivos fiscais no turismo regional, eixo predominante em torno do qual se organizam as atividades comerciais, bens e serviços, que compõem o mercado local. Em termos ocupacionais, a população se divide entre o funcionalismo público e o setor privado, centrado em atividades como passeios ecológicos, restaurantes típicos, comércio e hospedagem de visitantes. Há também um número expressivo de trabalhadores rurais, alocados em chácaras, sítios e fazendas situados nas imediações.

Rafael vive em São Carlos, mas com frequência vai até a cidade natal rever a família e os amigos de infância. Depois de algumas semanas conversando por meio de aplicativos de mensagens, nos encontramos pela primeira vez numa tarde de sábado, quando ele me disse que, depois da academia, teria um horário livre. Morando na mesma cidade, marcamos nosso ponto de encontro em uma praça, na região central da cidade, onde conversamos por aproximadamente uma hora, até que decidi aceitar o convite feito por ele para tomarmos uma cerveja em um dos bares da região.

Cerca de duas semanas depois, Rafael me enviou uma mensagem perguntando se gostaria de conhecer sua cidade natal. Como não dirijo e nem tenho automóvel, prontamente aceitei a carona oferecida por ele. Então, no dia e horários combinados, Rafael passou em minha casa e fomos até a cidade. A frase com que iniciei acima foi dita por ele assim que adentramos os limites do município cercado por matas, pastagens e plantações.

A cidade é pacata, marcada pelos elementos que tipicamente caracterizam a vida imaginada no interior paulista. Moradores e moradoras se conhecem e se cumprimentam enquanto caminham pelas ruas. A presença de estranhos é convencionalmente associada ao

turismo, embora a minha tenha sido percebida pelos conhecidos de Rafael como a de um dos seus amigos da cidade vizinha.

Rafael explica que, diante da oferta de reduzida de postos de trabalho, não é incomum que muitos jovens - sobretudo aqueles com melhores condições econômicas e educacionais - aspirem se mudar de cidade almejando novas oportunidades. Foi assim com ele e também com a maior parte de seus primos e primas. Após completarem os estudos secundários, todos foram morar em cidades maiores da região em busca de formação superior ou com o objetivo de alcançar melhores oportunidades de emprego.

Meu anfitrião é filho de um casal de funcionários públicos aposentados. Ele conta que desde muito jovem assumiu a meta de mudar-se de cidade. Mas, para Rafael, não se tratava apenas uma estratégia para driblar as escassas oportunidades de trabalho. Ele conta que sua maior motivação para se mudar da pequena cidade foi a busca por “movimento”, por conhecer pessoas novas em meio a pessoas desconhecidas. Segundo ele, durante a adolescência, viver em uma cidade maior representava também a possibilidade de desfrutar de um ambiente sem fofocas e mexericos sobre a vida alheia.

Rafael cresceu cercado por uma família extensa e unida em torno dos avós paternos e maternos, todos filhos de imigrantes italianos. Por isso, as memórias de infância são sempre povoadas por tios, tias, primas, primos, amigos e amigas da rua, com quem sempre manteve proximidade. Embora a imagem possa parecer acolhedora, para ele, sobretudo após a adolescência, o contexto *foi se tornando cada vez mais sufocante*.

A expressão usada por Rafael pode ser melhor compreendida levando em consideração que nas cidades pequenas, como as do interior paulista, é comum que todos se conheçam pelo nome ou pelo sobrenome. Gerações crescem e estudam juntas na única escola local. Parentes são vizinhos e, não raro, vizinhos tornam-se parentes. Assim, presume-se que, não sendo turista, alguém chegou até ali por meio de outra pessoa. Mesmo desconhecidos costumam ser posicionados em relação a alguém da comunidade se tornando, de acordo com a expressão local, o “fulano de alguém”. Assim, já na segunda ou terceira visita que fiz à cidade, passei a ser reconhecido por Graziela, dona do bar que ficava perto da praça central, como “o Felipe [amigo] do Rafael”.

A proximidade social não se revela apenas na forma relacional como as pessoas são posicionadas entre conhecidos e desconhecidos, mas modela as compreensões sobre os limites da privacidade. A literatura socio antropológica sobre comunidades menores permite verificar que contextos menores tendem a produzir um maior grau de proximidade social entre os

indivíduos (FONSECA, 2000; ELIAS, SCOTSON, 2000). Essa tendência se expressa nas dinâmicas das relações sociais e em práticas de controle social, como é o caso da fofoca.

Elias e Scotson (2000, p. 129) sustentam que a fofoca não deve ser entendida como fenômeno independente, pois “o grupo mais bem integrado tende a fofocar mais livremente do que o menos integrado, e [...], no primeiro caso, as fofocas das pessoas reforçam a coesão existente”. Essa abordagem oferece uma perspectiva que inclui a posicionalidade dos sujeitos em espaços e relações de poder, assim como permite entender o papel da adesão por parte dos sujeitos a determinadas normas e valores.

Do ponto de vista da pesquisa social, a fofoca é uma operação útil para revelar as conexões entre os sujeitos. Para que a fofoca aconteça é preciso que os sujeitos envolvidos na interação compartilhem de normas e crenças coletivas. Também é preciso que as pessoas partilhem de um rol de relações e interações sociais em comum. Não se fofoca sobre alguém desconhecido. Sendo assim, quanto maior for a proximidade entre os sujeitos, mais provável será que fofquem entre si. Além do mais, é justamente porque aderem aos mesmos valores e ideais que os sujeitos tendem a reforçar esses mesmos valores controlando por meio da fofoca os que são considerados desviantes. Nesse sentido, a fofoca atua reforçando a integridade prévia do grupo diante do estrangeiro.

Claudia Fonseca (2000), por outro lado, oferece uma interpretação específica sobre como, em grupos populares brasileiros, a fofoca se articula com a violência e relações de gênero. Nos termos colocados pela antropóloga, a fofoca aciona um conjunto de códigos, formas e simbolismos imiscuídos nas dinâmicas de gênero e classe social, que operam como um mecanismo de controle social disperso entre “fortes” e “fracos”. De acordo com Fonseca, “a fofoca seria instrumental da definição dos limites do grupo — não se faz fofoca sobre estranhos, pois a estes não se impõem as mesmas normas; ser objeto, sujeito da fofoca, representa a integração no grupo” (p. 19).

Os argumentos apresentados acima traduzem em termos sociológicos como passando a ser reconhecido por Graziela como amigo de Rafael ingressei no circuito de relações locais. Ser amigo de um amigo prontamente me posicionou com algum nível de proximidade de alguém inserido na rede de relações sociais. Assim, depois desse dia, todas as vezes que passei pelo bar de Graziela fui recebido com algum entusiasmo, como alguém já conhecido. Evidente que como cliente algum prestígio poderia ser esperado, mas, com o passar do tempo, tornei-me também alguém com quem ela poderia conversar sobre os pequenos fragmentos que movimentavam o cotidiano local.

Enquanto conversávamos no bar, com certo entusiasmo, Rafael me explicou sobre como a cidade havia crescido nos últimos anos, especialmente na última década. Ele lembra que, na década de 1990, quando computadores e telefones celulares ainda não integravam nossa vida com o grau de sinergia que experienciamos hoje, a rotina das crianças e adolescentes da cidade era marcada pelo ritmo da escola, núcleo central de socialidade, intercalado com as brincadeiras na rua e expedições pelas cachoeiras e parques da cidade.

Pode-se dizer que meu interlocutor faz parte de uma geração de pessoas que nasceu em um mundo analógico, marcado por relações face a face, quando a comunicação acontecia mais por telefones públicos - ou orelhões como eram conhecidos em São Paulo -, que funcionavam com fichas, do que por telefones fixos, e que cresceu juntamente com o aprofundamento da presença das tecnologias digitais na vida cotidiana. Talvez por isso, para ele, seja difícil recompor os fragmentos de suas memórias ordenando-os sem tomar a tecnologia como coorte a partir do qual se estabelece um vetor de produção da mudança social.

Ainda que seja eficaz para os efeitos de ordenamento das memórias de Rafael, a tecnologia como coorte que opõe formas estranhas de organização social - o analógico e o digital -, com efeito, torna-se contraproducente para uma compreensão sociológica da tecnologia na medida em que oculta o percurso que liga um ponto ao outro. De modo contrário, é possível entender que a narrativa de Rafael mostra exatamente como não se trata de um percurso que conduz de uma vida sem tecnologia para uma vida com a tecnologia e, portanto, mais mediada do que antes, mas de um processo mais amplo, que inclui transformações econômicas, políticas, tecnológicas e socioculturais.

Nos termos do antropólogo Tom Boellstorff, (2008, cf. p.99) as invés de ver mundos pré-digitais como menos mediados, precisamos estudar como a ascensão das tecnologias digitais criaram a ilusões de que eles eram menos mediados. O quebra-cabeça de memórias acionado por Rafael permite visualizar um quadro de mudança social, cultural e tecnológica e como esse deslocamento se articula à esfera da sexualidade, recorte temático desta pesquisa.

As lembranças de Rafael oferecem um caminho profícuo para o exercício analítico que busca delimitar a partir da experiência vivida como porta de entrada para situar, em termos históricos, por quais caminhos se deu o entrelaçamento entre pessoas e tecnologias nesse contexto.

3.2 CONEXÕES PARCIAIS ENTRE TECNOLOGIA, MERCADO E ESTRATÉGIAS DE USO

Ao falar sobre a presença da tecnologia em sua vida Rafael começa pelos videogames. Ele conta que só teve o seu próprio depois de adulto, embora o final da infância e o começo da adolescência tenham sido profundamente marcados pela presença dos fliperamas, como eram chamados os videogames unidos a uma tela por meio de um console, que à época se popularizaram entre os adolescentes. Na pequena cidade, os fliperamas ficavam em locais abertos ao público como bares, mercearias e lanchonetes, e podiam ser usados mediante fichas que eram vendidas no próprio estabelecimento.

Séries de jogos de lutas como *Mortal Kombat* e *Street Fighter*, em que o jogador controla lutadores de diferentes mundos e com variados poderes especiais, marcaram a infância e a adolescência de gerações de meninos ao redor do mundo. Esses jogos não desapareceram com a internet, ao contrário, foram renovados e ainda ocupam uma posição de destaque nos mercados de jogos digitais. Sérgio Amadeu da Silveira (2009, p. 138) sublinha que “Um game pode esclarecer se uma proposição é ou não adequada à sociedade a partir das opções que devem estar contidas nele. A montagem de um jogo expõe muito mais a estrutura de um dado discurso e sua ideologia.”.

Considerando o argumento do sociólogo, somado a observação que, até o final da década de 1990, os games foram predominantemente centrados em temas e estéticas de luta, corrida de carros, esportes como futebol e batalhas de estratégia, pode-se dizer que, num primeiro momento, os videogames se constituíram no interior de narrativas e por meio de estéticas de gênero. Isso permite compreender o caráter lúdico dos games como um poderoso instrumento tecnológico para a socialização de gênero, sobretudo, dos garotos, comunicando estéticas e ideais de masculinidade.

Para Rafael, os fliperamas representavam um tipo de lazer exclusivo dos “garotos”. O acesso das garotas aos jogos não era apenas restrito por uma possível falta de interesse nas temáticas, mas porque, em geral, as máquinas estavam alocadas em bares locais, identificados como locais masculinos. Sendo o bar predominantemente frequentados por homens, é possível supor que, o fato dos fliperamas estarem lá, por um lado, oferecia aos garotos um primeiro contato com o universo dos homens adultos e, em contrapartida, impedia o acesso das garotas pelas restrições impostas pelo ambiente.

Meu interlocutor se recorda que, no ano de 1997, a família dele foi a primeira da rua a ter um videocassete em casa. O aparelho foi comprado graças a um consórcio promovido por um tio dele que, depois de ficar desempregado, passou a viajar regularmente ao Paraguai para comprar produtos que mais tarde seriam revendidos na cidade onde viviam e também em outras da região.

Entre as décadas de 1980 e 1990, por uma série de fatores econômicos, como a alta carga tributária aplicada sobre importados, a aquisição de equipamentos eletroeletrônicos foi quase que exclusivamente restrita a uma pequena parcela da população brasileira com alto poder aquisitivo, na qual a família de Rafael não se incluía. Nesse momento, embora os computadores tivessem aplicações práticas consideravelmente avançadas em atividades industriais e de mercado, esses artefatos ainda estavam distantes dos lares, sendo percebidos por parte das pessoas como máquinas com finalidades exclusivamente destinados ao trabalho.

Diferente dos computadores, na segunda metade da década de 90, os videocassetes e CDs já despontavam como novidades mais acessíveis às classes populares brasileiras sendo progressivamente foram incorporados como itens de consumo desejados por esses grupos. Esse aspecto reforça a compreensão do tempo como determinante para a definição de uma tecnologia em termos de utilidade e necessidade (FISCHER, 1992).

Nos anos 90, uma estratégia mobilizada por quem tinha menos dinheiro para a ter acesso aos equipamentos lançados no mercado internacional passava pelos “sacoleiros” e pelas “sacoleiras”, como eram chamadas as pessoas que viajavam até o Paraguai para comprar produtos que mais tarde seriam revendidos no Brasil.

Pelo menos desde a década de 1980, a atividade dos sacoleiros foi crucial para que os mais pobres pudessem ter acesso a produtos eletroeletrônicos. Embora seja possível afirmar a existência de uma indústria nacional nesse período, a grande diferença entre os preços tornava os produtos importados muitos mais atrativos do que os nacionais, a despeito das considerações dos consumidores sobre a qualidade de um e outro.

Entretanto, comprar produtos importados implicava no pagamento à vista. Assim, a realização de consórcios emergia como outra tática empregada para possibilitar a aquisição de mercadorias mais caras por pessoas com menor poder aquisitivo. Embora envolvesse riscos, além de um certo período de espera até a chegada do produto, a modalidade de consórcio facilitou o pagamento parcelado e despontou como uma opção comum entre pessoas mais pobres.

Comunicativo e extrovertido, Rafael consegue se lembrar desse período com uma impressionante riqueza de detalhes. Ele conta que, nessa época, micro-ondas, videogame, videocassetes e o “microsistem” - como eram chamados os aparelhos de rádio equipados com leitor de CDs, bandeja para discos de vinil e leitores de fitas K-7 -, estavam entre os equipamentos mais negociados nos consórcios feitos pelo tio. Em seguida, estavam as lancheiras elétricas e equipamentos como furadeiras e outras máquinas elétricas do gênero.

Além das restrições em termos econômicos, no Brasil da década de 90, vigorava um sistema de cotas que limitava a importação a um número específico de produtos por pessoa. Dessa maneira, o consórcio acabava sendo uma das estratégias mobilizadas pelos sacoleiros para burlar o controle da fiscalização garantindo certa previsibilidade nas vendas.

Com o passar do tempo, o tio de Rafael passou a trazer um número cada vez maior de produtos, entre eles filmes em VHS e CDs. Aos 18 anos, já após a conclusão do ensino médio, Rafael passou a trabalhar com o tio ajudando na pequena loja recém-inaugurada na rua onde moravam. As obrigações dele incluíam a organização dos CDs e das fitas VHS, a verificação de defeitos de fabricação que eventualmente pudessem comprometer a reprodução das mídias, além da responsabilidade pelo atendimento aos clientes da loja.

Mais adiante, na virada do milênio, a modesta loja de produtos importados foi desmembrada e deu origem a uma pequena locadora de vídeos. Mais tarde, Rafael conseguiu comprar do tio graças às economias que havia somado a uma pequena ajuda financeira concedida pelos pais.

Trabalhando com o tio, Rafael descobriu um nicho de mercado que ao longo dos anos contribuiu expressivamente para suas economias. À época, ele produzia cópias dos filmes em fitas VHS para que depois pudesse vendê-las por preço mais baixo do que as originais. Ainda que a reprodução das fitas pirateadas implicasse em um conteúdo com qualidade inferior, isso não parecia comprometer a aceitação que tinham no mercado, sobretudo, considerando diferença entre os preços quando comparadas às fitas VHS originais.

No começo dos anos 2000, com algum esforço para o pagar as prestações do consórcio, Rafael conseguiu comprar seu primeiro computador pessoal. Depois de buscar um curso de informática em São Carlos, cidade ao lado, fez algumas modificações na máquina e, após comprar o drive, *hardware* indispensável para a gravação, passou também a reproduzir CDs e DVDs para vender em sua loja.

A história da internet no Brasil remonta ao final da década de 1980, mais precisamente setembro de 1988, quando o Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC), localizado no Rio de Janeiro, conseguiu acesso à Bitnet, uma rede anterior à internet comercial por meio de uma conexão de 9.600 bits por segundo estabelecida com a Universidade de Maryland, nos EUA. Em um momento anterior à *World Wide Web*, as conexões discadas estavam restritas ao uso exclusivo do setor acadêmico²⁵.

25 Para uma abordagem detalhada da história da implementação e desenvolvimento da internet comercial no Brasil ver: GUIZZO, Érico M. *Internet - O que é, o que oferece, como conectar-se*. São Paulo. Ática, 1999.

Dois meses depois, a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) também conseguiu conectar-se à mesma rede, por meio de uma conexão com o com o Fermi National Accelerator Laboratory (Fermilab), em Chicago. Mais tarde, a FAPESP criou a rede ANSP (Academic Network at São Paulo), que estabeleceu uma conexão entre a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade de Campinas (Unicamp), a Universidade Estadual Paulista (Unesp) e o Instituto de Pesquisas Tecnológicas do Estado de São Paulo (IPT). Em seguida, ligaram-se à ANSP, à Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

O ano de 1989 também foi marcado pelo lançamento do projeto Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP), encabeçado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia e financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), com o objetivo de captar recursos para a difusão da tecnologia e da internet por meio de uma rede acadêmica online. O projeto resultou na implementação do primeiro *backbone*, como é chamada a “espinha dorsal”, que forma a rede principal pela qual trafega todos dados gerados pelos usuários de um sistema.

Anos mais tarde, em 1995, assim como ocorreu com outros conjuntos de modais, o setor das telecomunicações foi colocado no centro da política de privatizações levado a cabo pelo então Presidente da República Fernando Henrique Cardoso. A Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), que detinha o monopólio da comunicação nacional à época, mediante pressões vindas de setores de dentro e de fora do país, cedeu à política de descentralização. Após o Ministério das Comunicações tornar pública a posição do governo favorável à quebra do monopólio e à maior abertura possível do mercado de serviços da Internet no Brasil, a rede se tornou comercial.

A partir de então, frente a estratégia de concorrência agressiva encampada por empresas como a IBM e a Unisys, que começaram a implantar suas próprias conexões internacionais, o governo brasileiro fez uma opção pela abertura do *backbone* para o fornecimento de conexão aos provedores de acesso comercial à internet, que passou a ser destinada também a usuários domésticos e empresas. Foi também nesse período que o Ministério das Comunicações e do Ministério de Ciência e Tecnologia, representantes de provedores e prestadores de serviços ligados à Internet e representantes de usuários e da comunidade acadêmica, com o objetivo de traçar os rumos da implantação, administração e uso da Internet no país, uniram-se na fundação do Comitê Gestor da Internet no Brasil. Estavam entre as principais atribuições do comitê estavam: fomentar o desenvolvimento de serviços da

Internet no Brasil, recomendar padrões e procedimentos técnicos e operacionais, além de coletar, organizar e disseminar informações sobre os serviços da Internet.

Assim, o ano seguinte foi marcado pela inauguração dos primeiros portais nacionais de internet privada ao mercado, chamados *Zaz* e *Universo OnLine* (UOL). Ainda no ano de 1996, o governo federal desenvolveu o primeiro serviço que permitiu a entrega da declaração do imposto de renda por meio da internet. Além disso, também merece destaque o processo de informatização bancário, em curso desde a primeira metade da década de 1980, que desempenhou papel significativamente atuante no processo informatização das atividades econômicas.

No plano da cultura midiática, um evento marcou a inauguração da internet comercial no Brasil: no dia 14 de dezembro de 1996, Gilberto Gil lançou sua música *Pela Internet* cantando numa versão acústica ao vivo através da própria rede. Após a apresentação, o cantor ainda permaneceu conversando com “internautas”, nos termos da época, sobre sua relação com a então novidade tecnológica.

Nos anos 2000 foram criados os primeiros provedores nacionais de acesso gratuito à internet, como *iG* (Internet Group) e *BOL* (Brasil Online). O fato desses provedores possibilitarem o acesso sem que fosse necessário pagar pelo serviço não quer dizer que a conexão fosse completamente gratuita. Embora não exigisse nenhum pagamento dos clientes, as empresas passaram a extrair seus lucros do financiamento publicitário por meio de propagandas e banners colocados sobre o navegador. Ainda que pareça um tanto rudimentar, essa mesma estratégia comercial foi aperfeiçoada e vem sendo empregada com relativo sucesso até os dias de hoje, inclusive nos aplicativos de busca por parceiros. Ainda que a tecnologia tenha evoluído, os custos permaneceram e para “se livrar” da propaganda é preciso pagar pela assinatura do serviço.

Entretanto, essa estratégia comercial se mostrou insustentável para os provedores, sobretudo, quando, ainda nos anos 2000, os primeiros provedores de acesso por tecnologia ADSL “*Asymmetric Digital Subscriber Line*” (Linha Digital Assimétrica para Assinante) chegaram ao mercado, oferecendo uma conexão mais veloz e com melhor qualidade. A partir de então, tornou-se possível executar a transferência de dados em alta velocidade.

Com a decolagem da internet comercial no Brasil, a rede passou a integrar a pauta dos antigos meios de comunicação, como o jornal, o rádio, o cinema e a televisão. Rafael se recorda que, nos anos 2000, acompanhou quando o extinto “Programa H”, apresentado por Luciano Huck, inovou apresentando aos telespectadores a “Internética”, personagem vivida pela atriz Marina Filizola, que passava o dia confinada numa redoma de vidro instalada no meio de um

grande shopping da capital paulista. Deitada em uma cama e vestindo apenas *lingerie*, sempre acompanhada pelo cachorro da raça *west highland white terriers*, que então estrelava a propaganda do *iG*, a personagem tinha como propósito responder às perguntas sobre sexo enviada pelas pessoas que a acompanhavam pela internet.

Juntamente com os recursos técnicos que viabilizaram a transmissão de vídeos online em tempo real novas estratégias comerciais e midiáticas emergiram para captar a atenção do público, ao mesmo tempo em que lhe apresentava à nova tecnologia.

A conexão por banda larga revolucionou as bases da conexão porque, diferente da versão discada dependente de uma linha telefônica comum que ficava ocupada durante o uso, a rede ADSL foi projetada para fragmentar a linha telefônica em três canais digitais: um para voz, outro para *download* e o último para *upload*, daí o “diferencial”.

Rafael se lembra que, antes da banda larga, algumas estratégias eram empregadas por ele e pelos amigos para conseguir usar a internet driblando os custos financeiros. Isso porque, diferente do que ocorre com a banda larga, o preço da conexão *dial-up* - ou discada, como é popularmente chamada - variava de acordo com o dia e o horário em questão. Essa primeira forma de acesso doméstico à internet usava a rede pública de telefonia comutada para estabelecer conexão com um provedor de acesso através do número de uma linha telefônica. Sendo assim, quando alguém estava conectado à rede, a linha permanecia ocupada e o preço final era calculado com base no valor cobrado pelo pulso de uma ligação. Em outras palavras, o tempo de conexão era o mesmo que o de uma ligação telefônica, que para muitos poderia representar custos dispendiosos.

No Brasil, a conexão discada se difundiu entre meados da década de 1990 e a primeira metade dos anos 2000 e, embora numa quantidade significativamente inferior, ainda é usada até hoje em algumas regiões do país. O preço do pulso telefônico variava de acordo com o dia e horário em questão. Mas, conforme era de conhecimento de Rafael e seus amigos, o preço era reduzido após a meia noite e aos sábados e domingos, razão pela qual esses se tornavam os horários estratégicos para a conexão. Devido ao grande número de conexões simultâneas, com certa frequência, nesses dias e horários, o sinal passava a funcionar de maneira intermitente ou simplesmente não funcionava.

A sensação de estar conectado de maneira intermitente e imprevisível associada às comunidades rurais também foi descrita por Burrell (2018). Em sua análise sobre as estratégias empregadas os usuários se conectam à internet em comunidades rurais estadunidenses, afastadas dos grandes centros urbanos, esta autora argumenta que a conectividade deficitária com a Internet

não é simplesmente uma consequência ‘natural’ decorrente da demografia das áreas rurais, onde os residentes tendem a ter baixa renda, menor nível de escolaridade e idade mais avançada. É uma questão de exclusão. Essa exclusão é moldada pela geografia, pelo afastamento e pela densidade populacional que são consequentes dentro de uma economia política americana específica, em que a disponibilidade de conectividade é, em grande parte, orientada pelo mercado²⁶ (2018, p. 1).

As lutas pela conectividade em meio à instabilidade da rede enfrentadas pelos moradores da pequena cidade onde cresceu revelam as estratégias para viabilizar a conexão com a internet.

Nos termos colocados por Burrell (2018), as estratégias mobilizadas pelos usuários em contextos rurais são reveladores a respeito das limitações mais frequentes nas abordagens sobre a desigualdade digital. Em abordagens desse tipo, com frequência, restrições no acesso tendem a ser presumidas a partir das qualidades do usuário, tais como baixa renda e baixa escolaridade ou até mesmo a partir de traços de personalidade. Conforme a socióloga observa, as análises que medem a “desigualdade em termos de demografia populacional e disparidades de quadros como uma ‘divisão digital’, operacionalizam uma compreensão limitada dos padrões de inovação e aceitação da tecnologia” (n.p.)²⁷ que divide os usuários entre conectados e desconectados. Com isso, a questão da qualidade da conexão é deixada de lado reforçando uma imagem homogênea sobre o que significa estar ou não conectado, o que oculta as disparidades que definem estar mal ou bem conectado.

Rafael se lembra que, concomitante à chegada da banda larga, os chamados “cybercafés” ou “*lan houses*” se tornaram um tipo de comércio comum nas cidades do interior paulista. Estabelecimentos desse tipo oferecem serviços de aluguel de computadores com preço definido pela hora de uso. Rafael e seus amigos, assim como muitos jovens que viveram esse período, com frequência, reuniam-se nesses estabelecimentos em horários previamente agendados para jogar games com múltiplos jogadores.

26 No original: “[The] poor Internet connectivity is not simply a ‘natural’ consequence of the demographics of rural areas where residents tend to be lower income, possess lesser educational attainment, and are older in age. It is a matter of exclusion. This exclusion is shaped by geography, remoteness, and population density which are consequential within a particular American political economy where the availability of connectivity is largely market-driven”.

27 No original: “In particular, approaches that measure inequality by population demographics and frame disparities as a ‘digital divide,’ rely on a limited understanding of patterns of technology innovation and uptake. A standard account of technology diffusion presumes that as the uptake and use of a technology rises, problems of non-access are solved linearly. Technology non-use is still frequently attributed to the characteristics (or even character) of non-users themselves”.

Diferente dos fliperamas em que o jogador enfrenta um oponente ou a própria máquina, a conexão entre vários computadores em rede viabilizou a produção de uma série de games para serem jogados coletivamente. Na *lan house*, uma vez que cada pessoa dispunha de um computador para o uso pessoal, múltiplos jogadores tinham condições de interagir simultaneamente dentro de uma mesma plataforma. Rafael conta que um dos jogos preferidos pela sua turma de amigos chamava-se “*Counter-Strike*”, um game para múltiplos jogadores baseado em um campo de batalha onde grupos de jogadores interagem em uma missão baseada no enfrentamento entre dois times: um formado por terroristas e outro por contra terroristas.

Nos primeiros dias da internet, o computador não foi inicialmente percebido como um equipamento de uso individual, mas coletivo. Quer fosse no *cybercafé*, no trabalho ou em casa, a partilha de um mesmo equipamento entre vários usuários foi a regra e seu uso exclusivo a exceção. Assim, em muitos lugares, o computador foi concebido primeiro como um eletrodoméstico de uso coletivo, que ficava à disposição da família.

O acesso aos computadores como equipamentos para o lazer é marcado por questões de classe, mas sobretudo de gênero (masculino) no que toca o acesso privilegiado à tecnologia. As *lan houses* começaram como espaços predominantemente masculinos e associados a jogos digitais coletivos enredados em torno de estratégias, esportes, guerra e combate. Além do que, sendo a *lan house* um espaço comercial aberto ao público acessá-la implica em ter dinheiro disponível para gastar em jogos, o que pode ser especialmente complicado para os mais jovens, que não dispõem de renda própria, sobretudo, quando mais pobres.

Com o ingresso dos computadores nos lares, para manter o controle dos pais sobre os usos que seus filhos e suas filhas faziam, muitas famílias mantinham este equipamento no mesmo cômodo em que a televisão e, por uma necessidade técnica, sempre próximo ao telefone. A sala de casa era, por assim dizer, o local do computador. No caso de famílias com mais filhos e que dispunham de um único equipamento de uso coletivo, essa estratégia também garantia uma forma de acesso mais igualitário entre os membros da família. Rafael se recorda que durante anos compartilhou com os irmãos mais novos seu “computador de trabalho” tanto para que realizassem atividades escolares, quanto para o lazer.

Assim como ocorreu com Rafael, durante alguns anos, minha família também compartilhou o computador. Entretanto, mesmo sendo compartilhado, é possível aventar que a popularização do computador doméstico trouxe consigo novos usos baseados em condutas “mais individualizadas” e voltadas aos interesses pessoais dos sujeitos.

Conforme já comentei, acessar a rede aos finais de semana e durante a madrugada era uma das principais estratégias mobilizadas por quem precisava driblar o preço das conexões.

Assim, como muitos de seus colegas, Rafael desenvolveu o hábito de acessar à internet nesses horários específicos. Mas, ainda que tivesse relação com os custos, esta estratégia também lhe garantia certa privacidade, sobretudo durante as madrugadas, enquanto o restante da família dormia.

3.3 O SEXO NAS REDES: AS PLATAFORMAS DE RELACIONAMENTO ONLINE E A PORNOGRAFIA

No início dos anos 2000, as salas de bate-papo abrigadas em provedores como Universo OnLine (UOL) e Terra, e serviços de mensagens instantâneas, como ICQ²⁸ ganharam popularidade. Numa época anterior à profusão das chamadas redes sociais, poucas plataformas concentravam um número restrito de usuários dispostos a interagir entre si. As salas de bate-papo eram organizadas em torno de temas ou a partir de cidades colocando em contato moradores de uma mesma região.

O temor de encontrar alguém desconhecido e mal-intencionado fez parte dos fantasmas que rondavam os primeiros dias da internet comercial. A possibilidade de contato e interação com desconhecidos era cercada de receios envolvendo possíveis fraudes e eventuais golpes, além de outros crimes. Além disso, nesse momento tecnológico anterior às câmeras de vídeo miniaturizadas e com conexões mais precárias, a interação em salas de bate-papo e programas de comunicação instantânea se produzia exclusivamente mediada pela escrita. Na internet textual, o uso de nomes fictícios ou *nicknames* despontava como uma prática frequentemente empregada pelos usuários. Em geral, os nomes escolhidos são usados para comunicar sobre as intenções do sujeito por trás da tela.

Rafael descobriu as salas de bate-papo na internet durante as madrugadas. Ele diz que, enquanto todos dormiam, podia ficar sozinho no computador e isso permitia um tipo de uso mais íntimo.

Eu comecei a usar o bate-papo por acaso. Entrei porque avia querendo me distrair e a ideia de poder conversar com pessoas desconhecidas me pareceu legal. Logo que comecei a usar descobri que muita gente usava buscando sexo. Você percebe pelos nicknames que as pessoas colocam: “pauzudo não sei o que”, “dotado procura”, “passivo busca” e por aí vai. No começo eu fiquei meio com o pé atrás. Sabe como é, né? Mas a minha curiosidade foi maior. Eu nunca tinha me relacionado com homens. Na verdade, até então, eu só tinha transado com a minha namorada e poucas vezes. Nessa época, nós já tínhamos terminado o namoro. Mas eu já tinha vontade de sair

28 O acrônimo “ICQ” expressa uma redução das palavras em inglês “*I seek you*” (eu procuro você) e se tornou um dos programas para troca de mensagens mais populares entre jovens brasileiros no final dos anos 1990 até a primeira metade da década de 2000, quando programas como Messenger e Skype chegaram ao mercado.

com outros caras. Quando entrei no bate-papo, percebi que ali teria uma oportunidade para experimentar como seria sair com outro homem, sem ninguém saber o que eu tava fazendo. (Trecho extraído de conversa com Rafael por Whatsapp).

Tributárias da chamada web 1.0, como ficou é chamada a primeira fase da internet comercial caracterizada pelo domínio de portais que provinham o conteúdo para os usuários, as salas de bate-papo serviram para moldar parte das lógicas, modelos e modos de uso e comunicação de gênero que, renovados, persistem até hoje nos sites e aplicativos de busca por parceiros. A fala de Rafael corrobora com a compreensão de que, no contexto do interior, a entrada da internet e dos computadores nos lares se fez concomitantemente ao ingresso dos sujeitos em salas de bate-papo.

A respeito da entradas nas salas de bate-papo na dinâmica de busca por parceiros no interior paulista, Kurashige (2018, p. 28) explica que “isso não quer dizer [...] que outros modos de interação tivessem acabado, pois o bate-papo foi apenas um dos meios pelos quais sujeitos tiveram oportunidade de negociar os desejos com mais discrição”. A facilidade das câmeras acopladas aos computadores e mais tarde aos telefones celulares com múltiplas funcionalidades intensificou a troca de imagens. O caráter descritivo da textualização do corpo deu lugar a um tipo de textualidade visual. O corpo passou a ser mais visto do que textualmente descrito.

Cabe reiterar que o processo histórico de envolvimento entre sexualidade e as mídias digitais não foi vivido na mesma época e com a mesma intensidade por todos. Nesse sentido, há que se reconhecer por parte de Rafael um maior interesse ou necessidade em acessar a rede para buscar parceiros do mesmo sexo.

As salas de bate-papo estão inseridas em um conjunto complexo de relações e interações em movimento que engloba a sexualidade, as tecnologias, o mercado e o Estado, mas que não se inicia com as tecnologias digitais. Além disso, para sujeitos como Rafael, o uso individual e personalizado do computador permitiu a experimentação e o descobrimento da própria sexualidade de maneiras que seriam improváveis ou até mesmo impossíveis num contexto anterior à internet.

Foi na época que comecei a entrar nas salas bate-papo que sai com o primeiro cara. Ele morava em XXX, aqui perto. Conversamos durante umas duas semanas até eu conseguir criar coragem. Ele teve paciência. Eu era muito medroso e inexperiente então ficava enrolando ele, mas, pensando agora, acho que eu já estava achando tudo aquilo muito excitante. Era quase como o tele-sexo, só que no computador. Eu tinha acabado de fazer 22 anos, tinha terminado com minha namorada e estava a milhão. Aí não teve como. Até que chegou uma hora que resolvi encontrar com ele. Ele tinha uns 25 anos, era um pouco mais velho que eu. Ele passou na minha casa, me pegou e fomos para um motel que ficava ali na XXX. Rapaz, nesse dia eu fiquei nervoso, hein? Não sabia o que fazer. Eu era bem bobão nessa época. Nunca tinha saído daqui, era caipirão pra caramba. Mas ele foi paciente comigo. Foi um cara legal demais. Nesse

dia, pra dizer a verdade, eu nem consegui fazer muita coisa, mas curti e então saímos outra vez e depois outra e assim foi até que passou. Também porque depois disso eu já tinha ganhado experiência no assunto e comecei a querer conhecer outros caras. (Trecho transcrito a partir de mensagem de áudio via Whatsapp).

Em termos históricos, a ligação entre sexualidade e os meios de comunicação remonta aos antigos serviços de “tele-sexo”, “disque-sexo” ou “disque-sexo e amizade” popularizados no Brasil, sobretudo, após o processo de privatização das telecomunicações entre os anos de 1996 e 1997. Serviços sexuais telefonados eram anunciados pela televisão, geralmente, durante a madrugada²⁹.

As relações históricas entre sexo e tecnologias comunicacionais remetem ao contexto que preexistiu à internet e oferecem um exemplo de como práticas comunicativas cruzam corpos, desejos e tecnologias. Essa articulação torna visíveis continuidades e descontinuidades nos repertórios culturais, assim como as semelhanças e diferenças entre as práticas que ganham expressão nas interfaces das tecnologias digitais.

Jonathan Coopersmith (2000, p. 28) explica que, “em certo sentido, a pornografia é definida pela tecnologia, porque sua criação, transmissão e difusão estão intimamente relacionadas ao desenvolvimento de tecnologias de comunicação”³⁰. Para este autor, a pornografia contemporânea resulta de um formidável processo de apropriação tecnológica. De maneira complementar, Mowlabocus (2016) comenta que nosso desejo de testemunhar o sexo levou à apropriação da tecnologia posta a serviço do desejo sexual.

Em seu *Pornocopia*, Laurence O'Toole (1999) argumenta que a expansão das novas tecnologias digitais, com seus cabos, vídeos e dispositivos conectados à internet, colaborou para deslocar o *status* atribuído à pornografia. À medida que tornou mais acessível às mulheres, casais, gays, fetichistas a pornografia deixou de ser produzida e imaginada tendo em vista exclusivamente o desejo de homens heterossexuais. Além disso, o trabalho de O'Toole apresenta uma variedade de caminhos pelos quais as origens do trabalho sexual online podem ser rastreadas a partir de formas pré-digitais, como é o caso do sexo por telefone.

O telefone oferece um excelente exemplo de uma tecnologia de comunicação interpessoal que se tornou sexualizada. [...] Via telefone, o interlocutor pôde se

29 Algumas das chamadas publicitárias veiculadas pelos serviços comerciais de sexo via telefone podem ser vistas no YouTube. Uma delas anuncia o “*Telefantasia*”, nome de um desses serviços, e data de 1993 (Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EBk9tGSOofBE>>). Em outro vídeo é possível acompanhar a programação exibida no intervalo entre os filmes adultos veiculados pela Rede Bandeirantes de Televisão, nos anos 2000 (Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cKBL_RrVNvM>).

30 No original: “In a sense, pornography is defined by technology, because its creation, transmission and diffusion are so intimately related to the development of communication technologies”.

envolver em uma fantasia sexual escolhida de acordo com os próprios interesses com (efetivamente) um trabalhador do call center” (MOWLABOCUS, 2016, p. 393)³¹.

Em uma época anterior à profusão dos hoje populares sites comerciais “tubes” e plataformas de *streaming* que prescindem da conexão com banda larga, Rafael conta que usava a internet para baixar música, relacionar-se com os amigos ou desconhecidos em salas de bate-papo ou em programas de mensagens e para ler notícias nos portais de internet. Também foi nessa época que tomou conhecimento sobre os sites voltados à exibição e distribuição de conteúdo pornográfico. Ele se recorda que dois ou três sites figuravam entre os que mais acessava, eram eles: *tudo.nu*; *drdunha.com* e *pombalouca.com*. Todos já inativos.

Também é importante notar que a pornografia gay existe e opera dentro de uma extensa e aparentemente crescente rede sites promocionais, blogs pessoais e comerciais, redes de compartilhamento de arquivos e fóruns de discussão que promovem, produzem ou distribuem material e, conseqüentemente, contribuem para os processos de significação desses textos (MERCER, 2012, p. 318)³².

A narrativa de Rafael sobre como descobriu e aprendeu a possibilidade de buscar por outros homens com a internet não emerge dissociada da sua relação com a rede e o consumo de pornografia. Embora tivesse acesso a muitos vídeos pornográficos na locadora, o computador e a internet ofereceram as condições de privacidade necessárias para que ele buscasse pelos vídeos gays. Pode-se dizer que, para Rafael, a pornografia foi parte de uma “educação do desejo”, nos termos colocados por Richard Dyer (2002), na medida em que ofereceu a oportunidade de afirmação da (homo)sexualidade mediante demonstração de ideários e repertórios culturais não-heterossexuais.

Rafael reconhece algumas das dimensões em que a educação do experiencial do corpo proporcionada pelos vídeos foi significativa para a compreensão que faz hoje sobre sua sexualidade.

Acho que descobrir o porno-gay na internet acabou me ajudando a entender melhor como as coisas funcionam nesse meio. Eu não acho que virei gay por causa da pornografia. Mas foi a primeira vez que vi dois homens se pegando foi num filme pornô. Você imagina se onde eu cresci tivesse um casal gay, a cidade [os] expulsaria com tochas. Capaz até que fizessem uma oração.

31 No original: “The telephone is a great example of an interpersonal communication technology that became sexualized. [...] Around the same time, live sex-chat lines began to appear, allowing the caller to engage in a sexual fantasy of their own choosing with (in effect) a call-centre worker”.

32 No original: “It is also important to note that gay pornography exists and operates within an extensive and seemingly ever-expanding network of promotional sites, personal and commercial blogs, filesharing networks, and other discussion fora that all variously promote, produce, or circulate material and consequently contribute to the processes of making meaning out of these texts”.

Em termos sociológicos, pode-se afirmar que a pornografia é tanto produto quanto produtora de cultura e, portanto, está sujeita a variações de acordo com os acontecimentos do mundo real (BURKE, 2016, p. 6).

Experiências de consumo de pornografia são incorporadas em estruturas particulares que são marcadas esteticamente, econômica, tecnológica e socialmente. Elas variam drasticamente entre os diferentes meios de comunicação, bem como entre diferentes plataformas que conduzem a diferentes tipos de pornografia. Trocar imagens amadoras entre duas pessoas é diferente de distribuir as mesmas imagens em grupos, ou enviá-las para uma galeria de imagens de porno amador mantida em um perfil pessoal em um site adulto (PAASONEN, 2011, p. 430-431).

São argumentos que apontam para a indefinição da própria noção de pornográfico. Perfis sexualizados, trocas de imagens, são exemplos das maneiras culturais pelas quais as imagens pornográficas ou a sua terminologia oferecem modelos para as expressões individuais do desejo.

A pornografia se constitui a partir de uma produção diversa, complexa e dinâmica, que pode ser consumida e mediada a partir de múltiplas modalidades tecnológicas. Quer seja criando ou refletindo padrões estabelecidos, ao apresentar homens fazendo sexo entre si, a pornografia gay se insere em um gênero de artefatos que tensiona a masculinidade hegemônica (Burke, 2016). Nesse sentido, a produção, distribuição e consumo de materiais culturais pornográficos pode se revelar como um instrumento poderoso para a legitimação ou contestação das hierarquias internas às masculinidades.

Ainda que tivesse começado pela pornografia heterossexual, foi com a pornografia gay que Rafael aprendeu a reconhecer os próprios desejos e a conhecer o próprio corpo. É também falando sobre a pornografia que ele descreve o seu percurso pelas plataformas e suas primeiras experiências sexuais.

3.4 DO DISPONÍVEL.COM À DISPONIBILIDADE DO SEXO PELOS APLICATIVOS

Eu comecei assim: primeiro, eu comecei a usar o chat e os blogs de fotos e vídeos pornô. Nos blogs também tinha conversa nos comentários, mas era impossível encontrar alguém pessoalmente porque tinha gente de todo canto do Brasil. A coisa ficava mais na conversa online mesmo. No chat já rolava marcar encontros. Às vezes eu saía de fininho e, pra não dar bandeira, dizia que tava indo visitar um amigo que morasse em alguma cidade perto, assim deixava o pessoal de casa tranquilo. [...] Depois eu comecei a usar o Disponível que nessa época bombava de vídeos amadores. Era como uma rede social, só que a galera transava e postava o vídeo na página. É mais ou menos o que a galera faz no Twitter hoje, mas o Disponível era meio que feito pra isso. Também dava pra buscar os caras por cidade ou pela região então ficava mais fácil pra, de vez em quando, conseguir encontrar alguém aqui de perto. (Trecho transcrito a partir de mensagem de áudio via Whatsapp).

Ao narrar a história de seu envolvimento com as plataformas de busca por parceiros online, Rafael o faz contando uma história sobre a sucessão das mídias e plataformas de relacionamento online. Ao recompor seu percurso como usuário ele se desloca da novidade trazida com as plataformas à obsolescência delas, o que também explicita o processo frenético de substituição de mídias antigas por novas.

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

Cabe reiterar que a relação intrínseca entre a localização geográfica e a busca por parceiros preexiste às mídias digitais. Perlongher (2008) abordou as problemáticas que concernem a espacialidade e a cultura na busca por parceiros sexuais. Articulando a paisagem urbana como uma base espacial, o antropólogo portenho emprega o conceito de “código-território” para analisar como “o dispositivo de sexualidade não se detém em conferir à homossexualidade uma demografia - uma base populacional. Instaure também uma territorialidade geográfica” (p. 70).

Vistas em continuidade com as antigas práticas de busca por parceiros, como *cruising* e a deriva presentes nas descrições de Perlongher, as plataformas de busca por parceiros passaram a alocar a territorialidade a partir da interface. A imagem de uma plataforma é repleta de narrativas sobre a sexualidade gay e tão saturado de sentidos sobre a sexualidade quanto o centro da cidade.

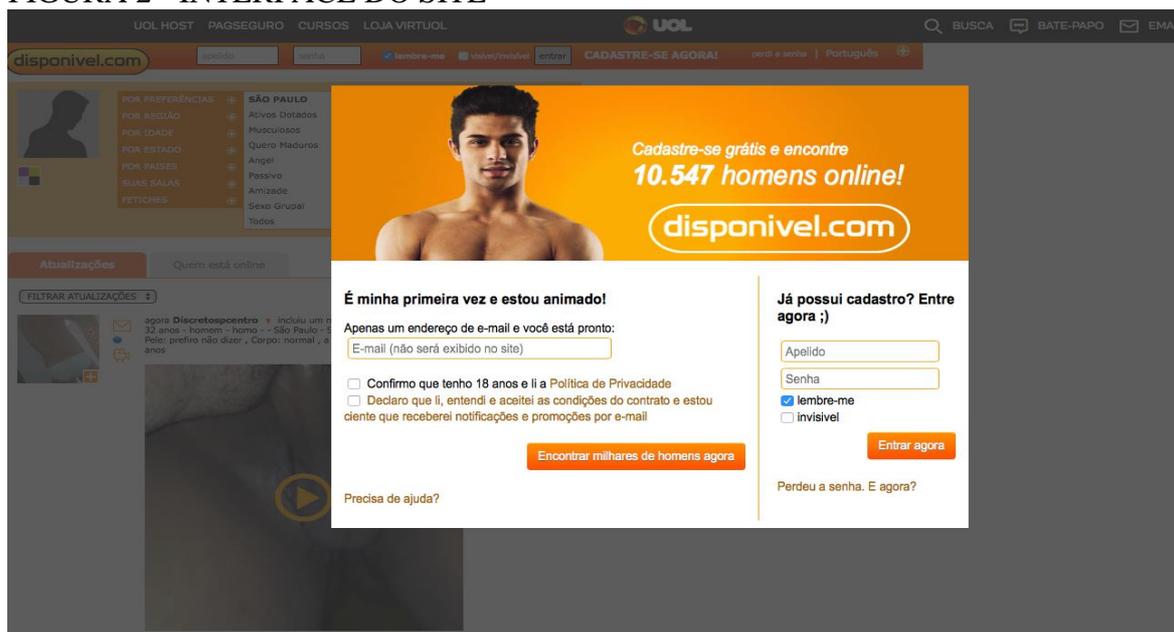
Mowlabocus (2007) sustenta que Apps de busca por parceiros são estruturados em torno da pornografia gay porque essa é uma estratégia que serve para inscrever uma nova narrativa sobre o assunto oferecendo uma estrutura dentro da qual o sujeito deve operar para ser reconhecido. As plataformas ambientam os códigos para a sexualidade e ao fazê-lo os desloca e os remodela.

A antiga geografia foi atualizada nos ambientes conectivos reticulares dos aplicativos, agora integrados a um ecossistema de mídias no interior do qual se estabelecem condições específicas para o contato. Dito de outro modo, a relação entre a busca por parceiros e o espaço está colocada desde antes das plataformas, mas as mídias digitais permitiram um tipo de consciência sobre a localização até então impensável.

Entre meus interlocutores com mais de 30 anos, a história dos usos das plataformas digitais para a busca por parceiros é descrita, em termos cronológicos, inicialmente pelas salas de bate-papo que permitiram a integração dos usuários a partir de cidades e, mais tarde, plataformas como Disponível.com que fizeram da localização um instrumento para a busca por parceiros nas proximidades. Os aplicativos são a versão mais bem-acabada da comercialização da consciência de localização (SOUZA E SILVA e FIRTH, 2010) relacionada à sexualidade.

A plataforma brasileira Disponível.com alcançou o auge da sua popularidade entre 2003 e 2009, quando ocorreu a entrada dos aplicativos de busca por parceiros no mercado global. A novidade trazida pela interface foi permitir que os usuários disponibilizassem para a sua rede de contatos produções caseiras de fotografias e vídeos pornográficos autorais. A arquitetura desta plataforma é construída priorizando o sexo. A rede torna visível os contatos “disponíveis” em uma mesma região e que estão em busca por parceiros sexuais.

FIGURA 2 - INTERFACE DO SITE



FONTE: <<https://disponivel.uol.com.br/web/home.asp>>.

Quer seja na web ou no aplicativo, a plataforma Disponível.com ainda se encontra ativa na internet, embora o número de vídeos carregados pelos usuários tenha diminuído consideravelmente, assim como também caiu o número de interações visíveis entre os usuários³³.

33 De acordo com as especificidades de cada interface, plataformas de relacionamento permitem interações que podem ser visíveis ou invisíveis aos olhos da rede de contatos. Sendo assim, existem interações que podem ocorrer

Assim como Rafael, Emerson também relata sua relação com o site. Meu interlocutor é um homem alto, robusto e dono de uma voz grave com timbre marcante e nos conhecemos pelos aplicativos. É o mais experiente entre os meus interlocutores mais próximos. Aos 42 anos, profissional liberal, há cerca de 2 anos vive em Ribeirão Preto, desde que se divorciou da esposa, com quem morou por quase 12 anos. Assim como Rafael, Emerson também relata sua relação com Disponível.com antes dos aplicativos:

Cara, antes eu usava o Disponível porque eu gosto de vídeos amadores e lá dava pra acompanhar os caras. Eu ainda tava casado então tinha que dar meus pulos. Tinha página que o cara postava mais de 200 vídeos. Mas depois de um tempo foi diminuindo. Eu cheguei a fazer a assinatura para poder ver mais vídeos, mas hoje em dia nem compensa. Eu acho que o Disponível ficou ruim porque agora tem muitos sites que são bem melhores. Não faz sentido pagar pra ver vídeo amador no Disponível sendo que no XVideos e no Pornhub dá pra ver de graça. (Trecho transcrito a partir de mensagem de texto via WhatsApp).

Iago, 19 anos, autodeclarado branco, estudante universitário, o mais jovem entre os meus interlocutores, oferece uma perspectiva discrepante sobre as plataformas:

Eu uso o Twitter porque é mais prático e todo mundo está lá. Já tentei usar um tal de Disponível que a galera fala, mas não achei graça porque só tem cara velho. Tem uns vídeos e tal, mas é bem pouco. O Twitter é muito melhor porque a galera tá o tempo todo postando vídeos e fotos. (Trecho transcrito a partir de mensagem de texto via WhatsApp).

Em 2016, com o crescimento dos Apps, o Disponível.com lançou uma versão da interface adaptada para smartphones, mas não parece ter alcançado o mesmo sucesso do passado. O declínio desta plataforma também ocorreu concomitante à ascensão e consolidação de grandes plataformas de distribuição, como Xvideos.com e PornHub.com, que passaram a operar também como serviços de redes sociais abrigando perfis e interações entre os usuários, e não mais apenas imagens e vídeos.

Quando colocadas em continuidade, as falas dos meus interlocutores revelam como as plataformas podem envelhecer juntamente com seus usuários. Aquelas que ontem foram novidades são hoje para as gerações mais novas consideradas obsoletas ou arcaicas. Além disso, é possível compreender como, entre os interlocutores, sobretudo os mais jovens, as mídias tendem a ser encaradas mais como recursos para a diversão do que como uma saída para lidar com as restrições e constrangimentos que caracterizam as relações fora delas.

na interface pública da página (visível) ou de maneira privativa (invisível) por meio da troca de mensagens exclusivas entre dois - ou mais - usuários.

Enquanto para Rafael e para Emerson as plataformas de busca por parceiros permitiam o gozo ao abrigo do olhar público, para Iago elas são sinônimo de dinamismo, simplicidade e objetividade. Não que para os dois primeiros os significados atribuídos por Iago não estivessem colocados, eles estavam, mas sob outras condições.

Eu comecei a usar os aplicativos logo que lançaram. Eu já usava esses sites de pegação então fiquei sabendo do Grindr, acho que foi o Grindr mesmo. Foi mais ou menos em 2012, por aí. Se não me engano foi 2013. Um amigo comentou comigo e eu baixei, depois disso fui parando de usar as outras. O Disponível eu nunca mais usei, nem sei se ainda existe, pra dizer a verdade. O bate-papo do UOL hoje em só tem spam³⁴. Outro dia eu entrei pra ver como estava. A gente tava falando disso e fiquei curioso pra ver se ainda existia. Cara, aquilo tá um horror. Não tem mais ninguém interessante. (Trecho transcrito a partir de mensagem de texto enviada por Rafael via WhatsApp).

Num contexto de presença contínua e aprofundada das mídias digitais, os sujeitos avaliam a tecnologia em termos de desempenho e eficiência, tal como faz Iago, “nativo digital”, para quem o mundo parece sem impensável sem a internet. De modo diferente, Rafael e Emerson retratam a tecnologia de uma maneira mais processual e emocional, embora a questão da eficiência e do desempenho se coloque para todos.

Entre uma mensagem e outra pergunto para Rafael porque diz que era “caipirão”.

Quando eu falo caipirão, é porque eu era envergonhado mesmo. Não conseguia conversar com as pessoas e tal e acho que conversando pela internet a gente meio que aprende a conversar também, né? É que hoje em dia as coisas são diferentes porque tem o telefone celular, mas quando eu era adolescente a gente vivia isolado e pronto. (Rafael - Trecho transcrito a partir de mensagem de texto enviada via WhatsApp).

Meu interlocutor oferece pistas do caráter pedagógico das interações em rede. Para ele, conectar-se à rede significou também acessar repertórios culturais midiáticos que estão ao fundo da sua transformação. A mesma tela que o protegia nas interações sociais com desconhecidos acabou sendo para Rafael um instrumento de autoconhecimento e aprendizado sobre si e sobre o mundo.

As plataformas de relacionamento online integram um gênero de artefatos eloquente a sobre a sexualidade contemporânea e não apenas porque são importantes para o mercado adulto. Mas porque operam como um conjunto de ferramentas destinadas à superação de problemáticas circunscritas em torno da sexualidade (ILLOUZ, 2014).

³⁴ Spam é como são chamadas as publicações predominantemente comerciais feitas por perfis robotizados, conhecidos como “bots”.

As interfaces digitais foram o meio para que Rafael pudesse buscar informações de seu interesse e parceiros. Meu interlocutor me leva a pensar sobre como os repertórios culturais das plataformas gays também o ajudaram a codificar as aporias das relações homossexuais funcionando também, por assim dizer, como um “manual de autoajuda sexual”.

Os modos de comunicação, as formas de interação e a imagética das salas de bate-papo, que passaram pelo Disponível.com chegaram aos aplicativos de busca por parceiros para smartphones e, ao que tudo indica, também às plataformas relacionamento que não são direcionadas à busca por parceiros.

Nesse percurso, os sujeitos aprenderam que o sucesso tende a ser maior de acordo com as imagens. Para isso, a espetacularidade dos ângulos, filtros e cortes importam. Nas redes de busca parceiros formadas por homens, os perfis costumam criar uma atmosfera propícia a fruição agenciando estereótipos baseados em taxonomias pornográficas (ursos, cafuços, sarados) ou em temas tidos como sensoriais e sensacionais ligados ao sexo (preferências sexuais, fetiche, características e medidas corporais). O núcleo das fantasias acionadas nos serviços comerciais de busca por parceiros revela a dinâmica social que eles retratam.

Para Illouz (2014), o problema cultural central na era da internet não é que a tecnologia da rede empobreça a vida íntima, mas a possibilidade que a internet oferece de produzir sociabilidade e relacionamentos de maneira estratégica de um modo sem precedentes. Entretanto, ao promover esse deslocamento, a tecnologia esvazia os recursos afetivos e corporais que até então ajudavam os sujeitos a se sustentar. Isso porque a mídia cria um ambiente com as condições necessárias (dispositivos) e adequadas (filtros, câmeras e editores de imagem) para que o sujeito produza uma versão melhorada de si na interface. De acordo com a socióloga, isso torna muito mais difícil o deslocamento de volta do estratégico.

Pergunto ao meu interlocutor quais são as principais diferenças que ele vê entre serviços como o bate-papo e os aplicativos.

Cara, eu acho que assim. No Disponível e no chat do UOL era divertido, mas no aplicativo é mais divertido. O grande lance desse aplicativo é que ele te prende. Você fica entretido porque o tempo todo fica chegando mensagem então sempre tem alguém diferente. No fim das contas a maioria não vira nada (risos), mas a gente se distrai. No Disponível tinha o lance do computador então muda né? Você tem que sentar na frente do computador e pelo telefone é mais fácil. No Grindr não tem os vídeos, mas tem as fotos que a galera manda e você tem mais chance de encontrar o cara porque é prático: se tá perto e tá a fim já vai e pronto. Mas eu acho que no aplicativo o lance fica mais exigente... Tipo assim, a galera quer ver gente bonita, né. Se você não agrada o freguês o cara te bloqueia e pronto. No Disponível rolava mais conversa do que no aplicativo. Mas é mais fácil pra achar gente. Quando eu volto pra minha cidade volta e meia eu consigo encontrar alguém de fora que tá por lá visitando as cachoeiras ou alguém da cidade. Mas se é da cidade eu conheço. E também tem muita molecada,

então acaba que os aplicativos me ajudam a encontrar gente de fora mesmo. (Rafael - Trecho transcrito a partir de mensagem de texto enviada via WhatsApp).

A relação entre os usos sociais das mídias digitais, práticas cotidianas e produção de conteúdo por parte dos usuários pode ser tomado como um traço que marca uma segunda fase no desenvolvimento das mídias digitais. Em sua forma atual, as mídias digitais estão articuladas às crenças, às práticas culturais e aos modos de ser no mundo contemporâneo. A crença das mídias como tecnologias que “facilitam” a vida aparece em diferentes momentos ao longo das conversas com meus interlocutores. Encontrar alguém próximo, distrair-se e ter algum divertimento estão entre as principais facilidades trazidas pelas mídias digitais.

Estabelecendo um paralelo com Illouz (2014, p. 100), pode-se dizer que os serviços comerciais de busca por parceiros são amplamente difundidos porque a condição de serem mediados pela internet os coloca à disposição de quase todo mundo. E são bem-sucedidos porque se apresentam como uma solução estratégica, tecnológica e de mercado que resolve - ao menos provisoriamente - na dimensão simbólica da interface muitas das contradições que afetam a homossexualidade. Desse modo, são tecnologias com efeito performativo, já que transformam práticas sociais e as identificações que as cercam ao mesmo tempo em que fala delas.

A experiência de uso dos serviços comerciais de busca por parceiros é frequentemente descrita pelos meus interlocutores como diversão. Essa percepção encontra apoio na publicidade que descreve a interface dos aplicativos a partir de associações com o entretenimento. A retórica publicitária enquadra os usuários dos Apps e as interfaces de maneira sempre otimista e idealizada a partir de pessoas jovens, felizes, com as contas em dia, cabelos perfeitos, barbas aparadas, amigos maravilhosos, um emprego realizado e tempo disponível para curtir depois dos exercícios na academia.

O universo preparado pelos desenvolvedores das plataformas comerciais de busca por parceiros é um mundo livre da miséria, da peste, da fome, das datas de vencimentos dos boletos bancários, da velhice, da demência, das enfermidades terrenas, dos parentes desagradáveis, da solidão, da tristeza, da gordura corporal, da morte, das frustrações e também das intermináveis e mal remuneradas horas de trabalho em condições precárias.

Serviços comerciais de busca por parceiros online estão vinculados diretamente à estrutura capitalística do mercado. Por definição, o interesse por trás do desenvolvimento de qualquer aplicativo com finalidades comerciais é que ele seja capaz de gerar lucro, assim como um sabonete ou um vídeo game. A relação entre os usos sociais das mídias digitais, práticas cotidianas e produção de conteúdo por parte dos usuários pode ser tomado como um traço que

marca a segunda fase dos estudos sobre as mídias digitais³⁵, durante o processo de consolidação das mídias digitais articuladas às crenças, às práticas culturais e aos modos de ser no mundo contemporâneo.

O bom desempenho para um perfil resulta de uma combinação otimizada entre prazer e satisfação do sujeito a partir da sua performance em relação aos outros. Em outras palavras, ser bem-sucedido em uma rede social significa de ser procurado e ser procurado confirma a aprovação dentro de certa ordem social. Esse é um dos mecanismos pelos quais as mídias digitais reproduzem e estendem as desigualdades replicando-as no plano mediado (MISKOLCI, 2017). Sendo assim, uma rede que não propicia uma boa oferta de contatos tende a ser encarada como obsoleta.

O aspecto de padronização na apresentação dos perfis criados nas plataformas de relacionamento e as mensagens sociais impregnadas de pornografia revelam o repertório cultural de um estilo de vida específico, moldado também pelos ideais que regem o Vale do Silício. Esse mundo é, por assim dizer, adaptado quando deslocado, articulando-se às conjunturas e sazonalidades dos contextos locais. Serviços comerciais para homens gays estão impregnados de narrativas sobre estilos de vida e gostos que não se expressam apenas na publicidade dirigida a esse grupo de consumidores, mas também nos perfis online que os sujeitos produzem.

No caso Brasileiro, o aparato técnico e cultural acionado pelas mídias digitais se ajusta a um conjunto de inércias que moldam o consumo. Em um país caracterizado pelo baixo nível de renda da população a fantasia de entretenimento apresentada pelos aplicativos está, paradoxalmente, montada para forçar o que os economistas chamam de *efeito de demonstração*, isto é, o estímulo na produção de necessidades por meio de modelos socioculturais importados e adaptados, mesmo que não haja dinheiro suficiente para pagar por eles.

Os lucros extraídos pelos serviços comerciais digitais dependem hoje em grande medida da publicidade e da venda de dados dos usuários para outras empresas. Digamos que esse não é um mecenas desinteressado. Publicidade que é direcionada mediante a venda de dados que, por sua vez, tornam-se metadados. Conforme observou Mowlabocus (2007), as mídias geoconectivas são produzidas para viabilizar o contato entre homens gays, mas, ao realizar cumprir com esse objetivo circunscrevem um grupo demograficamente identificável.

35 A primeira fase dos estudos sobre a internet e as mídias digitais, marcada pelo uso do conceito de ciberespaço, tinha como objetivo principal compreender como as pessoas se comportavam, agiam e se compreendiam no espaço virtual. A chamada Web 1.0 caracteriza-se por suportes cujos limites também se refletem nos usos que dela podem ser feitos. Para uma discussão sobre esse tema ver: BAYM, 2011; MISKOLCI e BALIEIRO, 2018.

Informações como sexo, idade e localização são também categorias poderosas para a pesquisa de mercado digital. Online, a representação demográfica das pessoas permite a elaboração de estimativas de fundo racial e socioeconômico sobre o cliente (BOYD, 2001, p. 04). Com frequência, essas informações fundamentais para a constelação demográfica são apresentadas ao usuário como condição para que possa fazer uso de um serviço comercial online, quer seja um e-mail ou um aplicativo de táxi. A idade, por exemplo, opera como um elemento crucial nas definições legais que moldam o acesso aos conteúdos na internet. A localização, por sua vez, pode ser facilmente alcançada a partir do Código de Endereçamento Postal ou por meio dos instrumentos de geolocalização integrados às mídias digitais.

A busca por sexo casual no contexto das mídias digitais deve ser entendida no interior de um sistema complexo, para o qual confluem:

- a) motivações de consumo orientadas pelo financiamento publicitário e pelo controle e gerenciamento sobre dados;
- b) interesses governamentais e de grupos e projetos políticos específicos;
- c) a projeção de um repertório atual que reproduz os termos da cultura gay num sentido mais local (que se expressa, por exemplo, na tradução atualíssima dos tipos corporais do Grindr, de que falarei mais adiante, que passou a incluir as definições de cisgênero, transgênero, cafuçu entre outras);
- d) a atualização de antigos repertórios culturais e a criação de novos;
- e) o repertório cultural que nutre as coletividades LGBTQ+, que projetam uma formação cultural gay.

A dita era das mídias digitais é relativamente nova. Embora os princípios técnicos de base sobre os quais repousa a transmissão de dados em rede estivessem em experimentação desde a primeira metade do século XX. No Brasil, a despeito das experiências pioneiras que foram acima mencionadas, a internet comercial só foi mesmo implantada após 1997 tornando-se efetivamente popular no final da primeira década dos anos 2000.

O “mercado adulto” ou “mercado do entretenimento adulto” está estreitamente ligado à pornografia e à publicidade. Sem ousar mencionar o nome, o bem-comportado “mercado adulto” faz do pornô um negócio rentável, com certa aura de respeitabilidade. Os desenvolvedores dos aplicativos de busca parceiros compreenderam cedo que a exploração da fotografia era um dos mais valiosos meios de incorporação da Revolução Gráfica aos serviços comerciais digitais.

Assim, nos aplicativos, ser visto passou a significar também saber se mostrar. Disto resulta que os usuários baseiam seu sucesso na excelência do perfil. Outros sujeitos se esforçam para manter a conotação sexual da busca em segundo plano. Carlos, 28 anos, advogado, oferece um exemplo a esse respeito:

Eu uso os aplicativos para conhecer pessoas. Eu não busco sexo. No meu perfil já deixo bem claro que detesto caras promíscuos, que só querem trepar. Eu deixo meu rosto no perfil e já aviso que não mando fotos de nudez que é pra evitar que esses caras me procurem. Eu uso pra conhecer alguém e ver se rola algo legal. Mas é difícil. Kkkkkkk. (Trecho transcrito a partir de mensagem de texto enviada por Whatsapp).

A fotografia costuma ser o veículo mais empregado para expressar os recortes na busca. Cabe reiterar que há uma rede de significações preexistente ao ato de fotografar e a fotografia é uma síntese produzida com base nessas significações. Por exemplo, para a composição de um perfil online não basta uma foto qualquer. É preciso que, na medida do possível, a foto produza uma síntese capaz de reunir numa mesma imagem diferentes nuances da mensagem que se pretende passar, de maneira que o interlocutor e potencial parceiro possa tomar conhecimento do todo de uma só vez.

Nos Apps, a fotografia é investida de uma função semelhante à da imagem empregada para ilustrar a abertura de uma matéria jornalística ou uma peça publicitária: a fotografia oferece ao outro um resumo do conjunto antes de passar aos detalhes. Às vezes, a fotografia pode ser conscientemente produzida pelo autor para fornecer essa síntese ou para permitir uma reconstituição dos elementos nucleares imaginados no parceiro idealizado. Mas também podem ser usadas para a contestação crítica. O que se verifica é o imperativo das imagens nas relações digitalmente mediadas, nos termos colocados por Iara Beleli (2015, p. 91), “a circulação de fotos, são lidas não só por meio da aparência física, mas também pelo seu entorno – paisagens, objetos –, que também criam imaginações sobre “estilos de vida”.

Mas as imagens também podem ser usadas para a contestação e crítica. Lembro-me que logo nos primeiros meses depois de ter iniciado a pesquisa no aplicativo Grindr, me deparei com um perfil ilustrado pela imagem de um homem, vestindo roupas de cowboy - calça jeans, camisa xadrez e chapéu - enquadrado na imagem de costas, abraçado com uma mulher enquanto estava sentado com as nádegas sobre um toco de madeira roliço. Embora não tenha conseguido estabelecer contato com o autor do perfil, pude observá-lo em diferentes ocasiões, sempre com a mesma foto. Ao clicar no perfil, no lugar da descrição havia uma citação de alguma autora feminista. Por vezes, o mesmo perfil também expressava afirmações críticas e contestatórias aos homens que se diziam discretos.

A construção do perfil resulta da sensibilidade do sujeito que o constrói. O sujeito age como um editor que pode experimentar diferentes formas até encontrar aquela que considera mais adequada para sua própria apresentação, ele pode carregar a fotografia com suas significações pessoais imprimindo-as através do corte para estabelecer um ângulo mais adequado, por exemplo. Ou ainda por meio de legendas empregadas com o objetivo de reduzir possíveis ambiguidades nas imagens, fixando um dentre os vários significados possíveis.

Trabalhado pelo usuário a quem cabe a escolha do ângulo, luz, recorte e a edição do perfil, fica evidente que a imagem online não é tão natural, nem uma mimetização daquilo que se tem offline, quanto procura fazer crer a ideologia da espontaneidade pregada pelos serviços de busca por parceiros. Outro aspecto a se considerar é que, para que os simbolismos dos perfis possam ser entendidos por quem os recebe, é necessário que já ter algum conhecimento prévio sobre o assunto.

O princípio da fotografia como representação fiel da realidade simplesmente desaparece online cedendo lugar aos repertórios arraigadas em torno da autenticidade, como a necessidades de ser convincente e, conseqüentemente, crível. Voltarei a esse assunto nos capítulos 4 e 5, quando discutirei sobre como noções de eficiência moldam a forma cultural da autenticidade e da experiência intersubjetiva na internet.

Minha escolha por iniciar este capítulo contando a história de Rafael se deve ao fato de que sua narrativa alinhava um conjunto de temas recorrentes entre meus interlocutores a um conjunto de tópicos que estou interessado em discutir. Os interesses dos meus interlocutores se estabelecem entre redes de pares e, em certa medida, confluem sob o tropo da sexualidade, mais especificamente, da busca por sexo casual.

Creio que alguma atenção deva ser dedicada ao papel da história de vida na pesquisa etnográfica. Entretanto, eu não adotei uma metodologia própria para lidar com histórias de vida. A reconstrução cronológica apresentada acima foi possível pelas recorrentes interações que, em diferentes oportunidades, tive com Rafael. Ao contar sobre a vida dele minha busquei situar uma história dentro da história. Minha intenção foi tornar visível a partir de um sujeito, com suas experiências situadas no tempo, um quadro de mudança social, cultural e tecnológico contextualizado no ambiente da pesquisa, as pequenas cidades do interior de São Paulo agora conectado à internet.

Os fragmentos de eventos recuperados a partir da vida de Rafael são narrados paralelamente às mudanças tecnológicas que ocorrem em torno dele e, assim, oferecem um retrato dessas mudanças e de como elas foram experienciadas e significadas por ele. Espero com isso delimitar a experiência tecnológica distinta vivida por uma geração que nasceu em

um mundo analógico e que, progressivamente, converteu-se em digital. Assim, as mudanças que ocorrem com meu interlocutor, de certo modo, também ocorrem com a sociedade brasileira. Rafael revela um conjunto de experiências que estão incorporados às mudanças culturais e tecnológicas e que também as incorpora.

O caso de Rafael está integrado ao vasto leque de experiências e possibilidades sexuais apresentadas aos sujeitos a partir da internet. Trata-se de um processo que coloca em movimento um jogo de forças que articula normas sociais, contextos culturais, atitudes corporais, gênero e sexualidade, modos de comunicação e a produção de critérios estéticos e morais. Entendo que o foco em uma experiência individual assume um sentido sociológico quando diferentes elementos da vida social podem ser entendidos em uma relação sistêmica e foi o que busquei fazer.

Não se trata de buscar uma associação imediata entre a pornografia e a homossexualidade, mas de reconhecer que, na ausência de condições culturais de reconhecimento que permitam às pessoas viverem de maneira mais livre e aberta seus desejos, a pornografia emerge como uma produção cultural e midiática eloquente para articular o desejo e suas fantasias. É nesse sentido que a pornografia pode ser entendida como uma solução provisória e arranjada a partir de um artefato midiático para acessar experiências que não estão disponíveis no plano concreto, mas que estão presentes nos horizontes dos meus interlocutores.

O reconhecimento por parte deles de que essas práticas seriam encaradas como imorais, em parte, explica as razões pelas quais eles se esforçam para mantê-las em segredo. Na ausência de uma sociabilidade gay acessível, meus interlocutores se enveredam em busca de outras socialidades mediadas e enquadradas pelas interfaces digitais. Online, pornografia e sexualidade gay se produzem entrelaçadas ao “mercado do entretenimento adulto”. Os conteúdos gerados pelos sujeitos são moldados também pela arquitetura das plataformas e lidam com os efeitos resultantes dela.

Mas sujeitos e interfaces digitais se relacionam?

4 INTERFACES ENTRE TECNOLOGIA, SEXUALIDADE E INTIMIDADE

4.1 SIGNIFICADOS CULTURAIS ASSOCIADOS À BUSCA POR PARCEIROS

Não sei se você já reparou, mas, às vezes, eu acho que esses aplicativos são como um açougue: a gente entra, olha a vitrine e escolhe. Só que aqui, o quilo de linguiça pode dizer não. Foi como Renan, um jovem de 24 anos, assumidamente gay desde os 19, sintetizou as interações nos serviços comerciais de busca por parceiros online.

Renan nasceu em São Paulo, mas, há 3 anos, desde que ingressou no curso de Direito, vive em Ribeirão Preto, cidade de grande porte no interior do estado. Bem-humorado, trata com ironia as contradições que enredam as interações nos apps. Meu interlocutor observa que, diferente do que se passa em São Paulo, no interior, as conversas tendem a ser mais longas e as pessoas mais reticentes sobre mostrar o rosto.

Ele também nota que a questão de revelar ou não a identidade torna-se mais complicada, sobretudo, quando a interação é, desde o começo, conduzida abertamente em busca por sexo casual. As “entrevistas”, como ele nomeia as conversas consideradas muito longas, costumam ser classificadas como exaustivas por aqueles que, como Renan, usam o aplicativo buscando encontros ocasionais.

Este capítulo parte das compreensões dos sujeitos sobre os usos que fazem dos aplicativos articulado às intencionalidades subjacentes às plataformas para, na interface entre sujeitos e tecnologia, analisar os significados que vinculam uma tecnologia a uma experiência social específica. Ao analisar a interface entre usuário e os aplicativos busco identificar os significados que explícita e implicitamente articulam as tecnologias às expectativas dos sujeitos e vice-versa.

Relações sexuais são estruturadas e atualizadas por um sistema de significados culturais, e, portanto, são moldadas por padrões de gênero, desigualdades de ordem socioeconômica e diferenças regionais. Um dos pressupostos que orienta esta pesquisa é o de que a relação sexual, e tudo o mais que a circunda, isto é, a sexualidade entendida como um dispositivo, é principalmente uma relação social atravessada por relações de poder, hierarquias, expectativas e significados sociais (FOUCAULT, 2014).

Nos últimos 60 anos, formas de “conexões” mais casuais ganharam prioridade em relação às formas tradicionais de namoro e busca de relacionamentos amorosos. Nas últimas décadas, breves encontros sexuais entre pessoas que não mantém uma relação romântica ou namoro deixou de ser tabu. Quer seja entre hétero ou homossexuais, o comportamento sexual

fora dos tradicionais pares românticos comprometidos tornou-se cada vez mais comum e socialmente aceitável, por vezes, podendo ser considerado como comportamento normativo. Entretanto, ainda que possam ter sido atenuadas, as práticas que informam o namoro tradicional não desapareceram completamente. Em alguns casos, elas foram atualizadas.

As leituras utópicas e distópicas - como a de Renan - sobre esse deslocamento tendem a produzir enquadramentos morais para analisar as mudanças e as alterações nas interações, principalmente, quando refletem mudanças de comportamento. Os deslocamentos são enquadrados ora como benéficos, ora como prejudiciais aos sujeitos. No entanto, as duas leituras nos dizem mais sobre visões morais e pouco sobre como essas tecnologias redefinem os sujeitos desejantes.

Enquadrado sob uma perspectiva queer,

(...) o “sexo” não apenas funciona como uma norma, mas é parte de uma prática regulatória que produz os corpos que governa, isto é, toda força regulatória manifesta-se como uma espécie de poder produtivo, o poder de produzir — demarcar, fazer, circular, diferenciar — os corpos que ela controla. (BUTLER, 2000, p. 155).

Via de regra, plataformas de relacionamento são projetadas para ativar o contato social entre pessoas valendo-se de pressupostos sobre o tipo e qualidade das relações sociais. Conforme José van Djick resume (2016, p. 55), “o *software* ajuda a traduzir as ações sociais em linguagem computacional e vice-versa: a converter a linguagem computacional em ação social”. No caso dos apps, trata-se de um artefato técnico fundamentado nos aspectos centrais da sexualidade e da cultura gay contemporâneas.

Online, a socialidade é produzida e mediada por infraestruturas tecnológicas que alteram as condições comunicacionais que até então, num mundo anterior à internet, caracterizaram as interações sociais. Os estudos feministas mostram que tecnologias são moldadas a partir de relações sociais específicas, que incluem também relações de gênero (WAJCMAN, 2012). Nesse sentido, um aplicativo feito para homens gays pode ser entendido como uma tecnologia de socialidade, que parte da existência prévia de identidades sóciosexuais, para produzir um artefato digital capaz de facilitar o contato entre os sujeitos situados em uma determinada localidade geográfica.

Serviços comerciais de busca por parceiros emergem no mercado de entretenimento para adultos. Como parte da cultura popular, plataformas digitais de busca por parceiros expressam o imaginário que molda o comportamento sexual contemporâneo, caracterizado pela

desvinculação entre sexo e compromisso³⁶. Ao mesmo tempo que retratam o comportamento sexual, esses produtos culturais também legitimam novos roteiros sexuais para interações e práticas sociais emergentes.

Os aplicativos são serviços comerciais centrados numa compreensão cultural sobre o sexo recreativo e, precisamente por essa razão, desde a infraestrutura, a sexualidade é o tempo todo mobilizada tanto como um marcador de classificação identitária para os sujeitos, quanto como um índice para as interações sociais. Quer seja endossada ou contestada pelos sujeitos, o sexo se coloca como questão central na definição das interações.

A metáfora do aplicativo como um açougue colocada por Renan é um exemplo de como os sujeitos percebem e avaliam aspectos que consideram críticos e paradoxais na experiência da busca por parceiros mediada pela tecnologia. Os apps não apenas colocam em evidência a existência de mercados amorosos/afetivos/sexuais, mas também exacerba essas lógicas, materializando-as numa plataforma que evidencia o caráter de competição no interior desses mercados.

Se as relações mediadas pelo aplicativo pudessem ser simplesmente reduzidas ao caráter de objetificação como alude a metáfora do açougue, Renan o abandonaria. A despeito do caráter retificante invariavelmente presente nas transações entendidas sob o repertório do mercado - aquilo que Larissa Pelúcio (2018) chamou de “mercado-lógicas” -, os usos que Renan faz dos aplicativos apontam para um entendimento em que o caráter de fruição e lazer parecem predominantes em relação à objetificação.

Plataformas digitais codificam e acoplam novas condições técnicas e sociais às capacidades de que os sujeitos dispõem para perseguir um objetivo central que, nesse caso, é o de encontrar alguém. Assim, a programação visual, a concepção física e funcional de uma interface codifica um conjunto de práticas sociais que atua orientando os usuários no mundo regulando a sua ação. Mas como a infraestrutura dos aplicativos geossociais se relaciona com os usos que os sujeitos fazem dela?

4.2 CONFORMANDO-SE COM A INTERFACE OU SE CONFORME À INTERFACE

36 Trabalhos como os de Eva Illouz (2017), Larissa Pelúcio (2018) e Iara Beleli (2015) mostram, a partir de diferentes contextos, como o sexo sem compromisso não caracteriza apenas o comportamento sexual de homossexuais, mas também é um elemento que guia as interações entre heterossexuais nas plataformas digitais.

Interfaces são produzidas a partir de códigos. A codificação, ou seja, a tarefa de produção desempenhada pelos desenvolvedores, em termos sociológicos, pode ser entendida como a tarefa de inscrever atos sociais e culturais em linguagem de máquina.

Em poucas palavras, a função básica de uma plataforma é permitir o tráfego de dados entre os usuários inseridos no interior de um sistema. Assim, em linguagem informática, é chamado dado qualquer tipo de informação armazenada em um formato apto para sua utilização por parte de um computador.

Na linguagem das ciências da informação, é chamado dado qualquer tipo de informação armazenável. Por conseguinte, a estrutura de dados diz respeito àqueles que administram a armazenagem.

Entretanto, toda informação tem uma origem contextual que guarda relações internas com outros elementos, com percursos interdependentes e com a maneira como a informação é produzida. Trata-se de um conjunto de dados sobre dados ou informações sobre como informações são produzidas. Assim, os chamados metadados correspondem à informação estruturada capaz de descrever, explicar e localizar determinados recursos informacionais.

Em geral, metadados podem ser caracterizados a partir de dois tipos: i) descritivos, isto é, informações sobre conteúdos e dados estruturais - como é o caso das informações sobre idade, sexo e localização geográfica; ou ii) administrativos, que se referem à informação técnica como, por exemplo, determinados tipos de arquivos (VAN DIJCK, 2016).

Desse modo, torna-se visível como serviços comerciais de busca por parceiros online são delineados por códigos e regulados por termos de uso, que definem os limites e as maneiras possíveis de interagir no interior de um aplicativo.

Quando construímos um perfil online para nos representar invariavelmente temos que fazê-lo escolhendo entre uma série limitada de possibilidades pré-formatadas que resultam de decisões tomadas durante a implementação do código. Programas computacionais precisam ser escritos em alguma linguagem de programação e é por meio dessa linguagem que “conversarmos” com o computador atribuindo comandos específicos.

A linguagem computacional assume a forma de um código de modo que o processo de codificação resulta num algoritmo, isto é, “uma fórmula matemática criada por seres humanos para conduzir decisões automatizadas” (NOBLE, p.36., 2018) que serão executados por um computador. Como uma sequência de passos lógicos para resolver algum problema ou alcançar alguma finalidade, o algoritmo diz o que deve ser feito pela máquina.

Por sua vez, a implementação de um algoritmo ocorre através de programas de computador e consiste na definição de como os passos serão executados. A codificação

algorítmica diz aquilo que deve ser feito, enquanto a implementação mostra como o comando deve ser executado, considerando uma aplicação a um tipo de informação.

De acordo com Van Dijk (2016, p. 57), um algoritmo

consiste em uma lista finita de instruções definidas para calcular uma função, um comando passo a passo que permite um processamento ou raciocínio automático que ordena à máquina produzir certo *output* a partir de determinado *input*. [...] os algoritmos infiltram uma (trans)ação social por meio da análise de dados computacionais, a partir da qual o resultado se traduz numa tática sociocomercial.

A codificação é a fórmula de um programa e, por isso, está resguardada por legislações que regulam os segredos sobre as patentes de produtos. Isso faz com que a organização interna do programa não precise e não deva ser exposta ao usuário. Além disso, mesmo que fosse exposta, para compreendê-la o usuário precisaria dominar a linguagem de programação em que o código foi escrito.

Do ponto de vista de quem simplesmente usa a interface, um aplicativo é considerado mais ou menos funcional na medida em que se prova capaz de desempenhar as operações as quais se propõe. Inserir fotografias e informações sobre si atualizando ou removendo de acordo com o seu interesse, estabelecer contato com outros perfis, saber quantos e quais são os que estão nas proximidades constituem as principais funcionalidades de um app. Este conjunto de operações é a interface que o usuário tem com a plataforma.

Como parte da lógica concorrencial, cada aplicativo, ou melhor, cada serviço comercial de busca de parceiro disponível no mercado pode implementar determinados recursos de maneira diferente um do outro. Assim, os recursos podem variar de uma plataforma para outra em termos de otimização de performance, confiabilidade sobre a segurança dos dados e dos recursos funcionais disponibilizados. Desse modo, o núcleo básico do conjunto de operações oferecidas por um serviço geolocalativo de busca por parceiros permanece sendo a possibilidade de contato síncrono com base na proximidade geográfica.

O aspecto de similaridade entre as plataformas de relacionamento não se trata de uma mera coincidência. As semelhanças são também um reflexo da consolidação de um tipo de usabilidade, que passou orientar a criação e o desenvolvimento dos serviços comerciais de busca por parceiros.

Adrienne Shaw e Katherine Sender (2016) explicam que o reconhecimento da funcionalidade de um artefato ou a qualidade de um objeto que permite ao indivíduo identificar sua funcionalidade sem a necessidade prévia de explicação não ocorre intuitivamente, mas está baseada em experiências prévias. A operação de marcar a usabilidade de um produto, na

linguagem dos desenvolvedores, está contida no conceito de *affordance*. Assim, quanto maior o *affordance* de um objeto, melhor será a identificação prévia da sua usabilidade.

Analisando o processo de desenvolvimento de um aplicativo para lésbicas desde dentro de uma *Startup*, Murray e Ankerson (2016) comentam que, antes que essas tecnologias cheguem ao mercado consumidor, a metodologia empregada em sua produção envolve um modo de design interativo, que inclui um processo cíclico de testes e retestes com o intuito de continuamente refinar e otimizar as funcionalidades de um determinado produto. No caso das plataformas de relacionamento, esse ciclo de testes inclui também estudos sobre pelo menos duas dimensões da usabilidade: a dos usos esperados e a dos usos inesperados.

Para Julian Hopkins (2016), o apelo em torno do *affordance* por parte das empresas de tecnologia decorre do reconhecimento da necessidade de controlar uma visão determinista da tecnologia sobre certos resultados socioculturais. Isto é, o conceito reflete da consolidação de uma compreensão radical sobre o uso da tecnologia como construção social. Nos termos colocados pelo antropólogo (2016, p. 1): “a natureza socialmente maleável dos meios digitais, a variedade de usos que eles geram e a consciência simultânea das limitações da interação mediada que eles permitem, explicam o aumento do uso do conceito em análises sobre mídias digitais”.

Como usuário, posso reconhecer que de fato as similaridades entre as interfaces de aplicativos voltadas a um mesmo segmento consumidor acaba facilitando a relação com essas plataformas, uma vez que basta ter contato com outro produto da mesma linha para não ter que novamente aprender desde o começo como usá-lo.

Em termos informacionais, um aplicativo para telefone celular pode ser definido como uma estrutura de dados, que mantém informações organizadas de acordo com uma lógica e que disponibiliza operações manipuláveis pelo usuário. No caso das mídias geolocalizadas, a lógica é a da localização geográfica e a operação consiste na interação - envio e recebimento de mensagens - entre perfis.

Numa dimensão concreta, o usuário interage com uma interface cujas funcionalidades foram automaticamente atribuídas para canalizar comportamentos e ações de determinada maneira. Essas definições precisam ser previamente estabelecidas pelos desenvolvedores, afinal, são elas que estabelecem o padrão técnico e interativo de um *software*.

As definições em um aplicativo para telefone celular não são apenas estabelecidas, mas também estão sujeitos a atualizações constantes em sua programação. Empenhadas em resolver problemas de programação e também em busca de ensaiar novos experimentos, programadores constantemente trocam peças que não são mais tão eficientes ou que já não

atendem mais às necessidades de maneira adequada por outras mais eficientes e adequadas. Em geral, são mudanças feitas sem prejuízos para a visualidade ou usabilidade do aplicativo. Isso mostra como é possível trocar a implementação, sem que isso necessariamente reflita em mudanças na interface.

Os algoritmos e a arquitetura de codificação de uma plataforma digital são fundamentados por *protocolos*. Alexander Galloway (2004, p.3) define os protocolos na internet como “um conjunto técnico de regras cujas formas de uso são dadas de acordo com modo como foi programado e pela forma como os seus proprietários o governam ou o administram”.

Galloway explica que os protocolos podem ser melhor compreendidos em analogia com um sistema rodoviário, no qual uma variedade de combinações diferentes entre as estradas está disponível para uma pessoa que deseja ir do ponto A ao ponto B.

“No entanto, no caminho, é obrigado a parar nos sinais vermelhos, ficar entre as linhas brancas, seguir um itinerário razoavelmente direto e assim por diante. Essas regras convencionais que governam o conjunto de possíveis padrões de comportamento dentro de um sistema heterogêneo constitui o que os cientistas da computação chamam de protocolo. Assim, o protocolo é uma técnica para alcançar a regulação voluntária dentro de um ambiente contingente” (GALLOWAY, 2004, p.7).

O protocolo molda os caminhos por onde os usuários poderão se guiar, de acordo com as preferências da plataforma. Van Dijk (2016, p. 58) sintetiza o protocolo como um conjunto de “descrições formais de formatos de mensagens digitais complementadas por regras que guiam a circulação dessas mensagens dentro de um sistema computacional”.

Enquanto uma forma de administração tecnológica, o protocolo pode ser sintetizado como o princípio organizacional de computadores conectados em redes distribuídas (cf. GALLOWAY, 2004, p. 3). Trata-se de “um tipo de lógica de controle, que opera fora do poder institucional, governamental e corporativo, embora mantenha laços importantes com todos os três” (p. 122).

Protocolos, portanto, resultam de aparatos formais que compõem uma totalidade de técnicas e convenções, cuja expressão se dá não apenas em um nível técnico, mas também social. Entretanto, nem todos os protocolos estão visíveis e ao alcance do usuário.

Segundo Galloway (2004, cf. p. 55), compreender o papel dos protocolos na internet exige um deslocamento do olhar por entre os aspectos físicos - enquadrados sob o ponto de vista do administrador de sistemas - e formais da tecnologia - situados no ponto de vista do administrador de *websites*. Por conseguinte, protocolos não podem ser definidos como se fossem completamente abstratos. E não são. Eles apenas se tornam visíveis ao usuário de acordo

com as demandas que servem aos interesses da plataforma. Em parte, isso explica a percepção dos usuários - entre os quais me incluo - de que aplicativos como Grindr mudaram muito pouco desde que foram criados.

Diariamente nos deparamos com protocolos obrigatórios, chamados “termo de uso”, que estabelecem um conjunto de normas as quais estamos sujeitos a obedecer. Confirmar a adesão às normas é uma condição incontornável se desejamos ingressar em uma rede.

Conforme Van Dijck (2014, p. 59) observa, “interfaces, tanto internas quanto visíveis, são uma área de controle na qual o sentido da informação codificada se traduz em diretivas que impõem ações específicas aos usuários”. As chamadas “configurações *default*”, como são qualificadas em linguagem informática as configurações padronizadas de um *software*, correspondem aos recursos disponibilizados pelos programadores e que permitem, por exemplo, que num processador de textos o usuário possa escolher o tamanho e tipo da fonte que irá usar a partir de um conjunto de opções predefinidas conformadas num leiaute.

A socióloga holandesa (2016, p. 59) argumenta que as configurações de uma plataforma expressam um “regulamento que busca impor uma lógica hegemônica sobre uma prática mediada socialmente”. Segundo a autora,

estes padrões supõem não apenas manobras técnicas, mas também ideológicas; se mudar a configuração *default* exige certo esforço, é mais provável que os usuários se conformem com a arquitetura predeterminada por uma plataforma. (2016, p.59).

Desse modo, pode-se dizer que o usuário está livre para, de acordo com aquilo que foi predeterminado, fazer escolhas no interior de um conjunto de opções pré-formatadas. O App é um sistema operacional que gera um procedimento para as interações.

Mas, quais são as ferramentas disponíveis para que o usuário construa um perfil em um serviço comercial de busca de parceiro?

4.3 UMA ANÁLISE SOCIOLÓGICA DA INTERFACE DO APLICATIVO GRINDR

A imagem publicitária abaixo apresenta a interface do aplicativo Grindr e permite ter uma ideia a respeito do funcionamento deste aplicativo. Cada fotografia representada na grade é um perfil e para acessá-lo basta um toque na imagem.

FIGURA 3 - IMAGEM PUBLICITÁRIA DO APLICATIVO GRINDR NA INTERNET.



FONTE: Imagem de divulgação. Disponível em: <http://jgdprod-us.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/sites/5/2016/03/tumblr_o2etqjfg91uw6wino1_1280.jpg>

Um endereço de e-mail, uma senha e a data de nascimento são as informações necessárias para criar um perfil. Serviços comerciais de busca por parceiros são delineados por códigos e são regulados por termos de uso, que definem as maneiras possíveis de interagir no interior de um aplicativo em acordo com as normas de uma comunidade. Nesse caso, aplicativos como Grindr são exclusivamente reservados para homens com idade acima de 18 anos. Sendo assim, para criar uma conta antes o usuário deverá atestar a sua maioridade.

Uma vez criada a conta, o usuário então poderá personalizar o perfil. Via de regra, as pessoas criam perfis descrevendo a si mesmos e os parceiros que estão procurando. Cada interface disponibiliza opções específicas para essa personalização. Comumente, existe a possibilidade de acrescentar um nome ao perfil, além de informações sobre características físicas e psicológicas.

Inicialmente, é possível inserir informações como idade, peso e altura. Vale ressaltar que o usuário não é obrigado a preencher nenhum dos campos, inclusive, se assim desejar, poderá deixar todos sem informações ou fornecer apenas os dados que julgar convenientes.

O quadro a seguir apresenta as categorias que o aplicativo Grindr disponibiliza para que o usuário se autodescreva. A interface oferece campos para a classificação do usuário de acordo com tipos físicos, posições sexuais, etnia, informações sobre o status de relacionamento, grupos culturais com os quais se identifica - chamadas tribos - e o tipo de interação que busca na rede.

Em cada campo, o aplicativo oferece um conjunto de opções predefinidas pelas configurações padrão do aplicativo. Dessa maneira, cada quesito disponibiliza um conjunto de em de opções de resposta pré-formatadas dentre as quais o usuário pode escolher.

QUADRO 2 - CATEGORIAS DE AUTODESCRIÇÃO

Campos pré-formatados	Opções de resposta
Porte físico:	Não mostrar; Torneado; Comum; Grande; Musculoso; Magro; Parrudo.
Posição:	Não mostrar; Ativo; Versátil + Ativo; Versátil; Versátil + Passivo; Passivo.
Etnia:	Não mostrar - Asiático - Negro - Latino - Árabe - Mestiço - Índio - Branco - Sul Asiático - Outro.
Relacionamento atual:	Não mostrar; Comprometido; Caso; Noivo; Exclusivo; Casado; Relacionamento aberto; Com parceiro; Solteiro.
Minhas tribos:	Urso; Elegante; Papai; Discreto; Nerd; Barbie; Couro; Malhadinho; Soropositivo; Cafuçu; Trans; Garotos.
Em busca de:	Conversa; Namoro; Amigos; Contatos; Relacionamentos; Agora.

FONTE: Interface do aplicativo Grindr.

*Nota: Dados organizados pelo pesquisador.

Embora existam várias opções semelhantes para descrever corporalidades moldadas por exercícios físicos - musculoso, torneado e parrudo, por exemplo - entre as opções para a classificação do porte físico inexistem a opção “gordo”, assim como quaisquer referências a corpos fora dos padrões hegemônicos de beleza. O termo “parrudo” parece evocar o corpo fora de forma em processo de mudança pela prática de musculação, portanto, com o peito definido, que (ainda) tenha barriga.

As posições sexuais são definidas a partir da compreensão de que alguém penetra e alguém é penetrado. Em que pese a plasticidade das múltiplas combinações possíveis entre ativos, passivos e o sintético versátil, o sexo penetrativo permanece como índice para a definição da atividade sexual. Além disso, cabe sublinhar que, ao criar opções “mais ativos” mais passivos” a interface do App cria também meios para fugir do estigmatizante local do passivo sexual, o que fica, não por acaso, no fim da escala de possibilidades.

Os tipos étnicos apresentados na interface são baseados em um tipo de classificação que associa características fenotípicas e pertencimento geográfico, produzindo a diferença racial a partir da distribuição de características físicas em um plano geográfico. Trata-se do

modelo estadunidense de compreensão da diversidade étnico-racial. Não há por parte dos Apps o cuidado de buscar se adaptar a cada contexto nacional e suas formas de classificação local.

Além de serem tipificadas como crime pela legislação brasileira, declarações racistas também são proibidas pelos termos de uso deste aplicativo e, quando denunciadas, podem ser punidas com o encerramento da conta. Isso não quer dizer que pessoas deixem de encontrar eufemismos ou metáforas para expressar a preferência ou a rejeição por tipos raciais específicos, com frequência, negros e asiáticos.

A empatia – a capacidade de nos identificarmos com o ponto de vista de outra pessoa e com seus sentimentos – é, ao mesmo tempo, uma aptidão afetiva e simbólica, porque seu pré-requisito é que decifremos as pistas complexas do comportamento alheio. Ser um bom comunicador significa ser capaz de interpretar a conduta e os sentimentos dos outros. Ser um bom comunicador exige uma coordenação bastante sofisticada de aptidões afetivas e cognitivas: só é possível exercer bem a empatia depois que se domina a complexa rede de pistas e sinais com que os outros simultaneamente se ocultam e se revelam. (ILLOUZ, 2011, p. 75-76).

O contexto do Grindr é tão agressivo e violento que, diante das queixas dos clientes, o App criou uma campanha chamada *A Kindr Grindr*. Ao analisar esta campanha, Mowlabocus observa que o App aloca todos em um mercado sexual e depois transfere aos usuários a necessidade de moderar a competição com a “gentileza” (*kindness*).

Jody Ahlm (2016) comenta que as taxonomias raciais presentes em plataformas de relacionamento contribuem para a criação de um espaço confortável para que pessoas racistas não precisem expressar de antemão a rejeição mediante a identificação de pistas e sinais raciais. Para este autor, trata-se de um recurso liberal, que busca amortizar as tensões encerrando as problemáticas em torno do racismo. Ao permitir que os usuários construam uma autodescrição em termos raciais, o aplicativo atua mediando as interações na medida em que passa a retirar de cena expressões de racismo. Entretanto, por outro lado, essa estratégia de mediação também inviabiliza qualquer possibilidade de debate público sobre o tema.

A variedade de formas para descrever o tipo de “relacionamento atual” pode ser vista como um indicativo de como o App consolida – entre as homossexualidades – a naturalização das relações sem compromisso/abertas priorizando o sexo recreativo em relação ao compromisso. O quadro classificatório para as relações sugere uma maior flexibilidade entre os parceiros, sobretudo, em torno da exclusividade sexual. Em um nível empírico, essa percepção pode ser confirmada pelo número significativo de perfis de casais buscando por uma terceira pessoa, seja para um encontro sexual ou para viver uma relação poliamorosa.

QUADRO 3 - CATEGORIAS AUTODESCRITIVAS DE IDENTIDADE

Identidade: “Selecione ou especifique a identidade de gênero que você deseja exibir no seu perfil.	
Campos pré-formatados	Opções de resposta
Homem:	Homem Cis; Homem Trans; Homem personalizado
Mulher:	Mulher; Mulher Cis; Mulher Trans; Mulher personalizada.
Não binário:	Não binário; Não conformista; Queer; Travesti; Não binário personalizado.
Pronomes de tratamento:	Dele; Dela

FONTE: Interface do aplicativo Grindr.

*Nota: Dados organizados pelo pesquisador.

A inclusão da categoria “mulher” entre as opções possíveis para a identidade de gênero, a partir de 2018, foi uma mudança inusitada na interface do Grindr, que até então era de uso exclusivamente restrito aos homens. A personalização dos termos homem e mulher diz respeito a possibilidade de que o/a usuário/a inclua variações de gênero não enquadradas nas categorias pré-formatadas pela interface. Pode-se conjecturar em que medida a inclusão de mulheres foi uma alteração modelada por mudanças no controle da empresa que ocorreram nesse período.

Em janeiro de 2016, a chinesa Beijing Kunlun Tech, uma das maiores empresas de tecnologia e de jogos do mundo, adquiriu a participação majoritária do Grindr com a aquisição de 60% das ações da empresa, por uma quantia estimada em torno de US\$ 93 milhões. Em janeiro de 2018, finalizando a transação, o grupo corporativo chinês fundado por Zhou Yahui, concluiu a operação com a compra das ações remanescentes. Segundo informações divulgadas na época, o negócio teria atingido a marca de US \$ 205 milhões³⁷.

A homossexualidade foi descriminalizada na China em 1997 e até hoje o país não conta com leis de proteção contra discriminação de gênero ou por orientação sexual. Além disso, existem particularidades com relação às normas que moldam a internet nesse país, bem como às práticas homossexuais.

Em fóruns na internet formados por usuários brasileiros do aplicativo, a mudança no controle da empresa despertou uma série de especulações e inseguranças sobre o futuro da

37 As informações sobre valores foram divulgadas pelo jornal britânico *The Independent* e estão disponíveis no site: <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/grindr-users-china-data-privacy-app-beijing-kunlun-tech-a8521786.html>

plataforma. Em alguns casos, alguns chegaram a questionar em que medida a introdução de mulheres poderia refletir uma estratégia empregada com o objetivo de minimizar o fato do aplicativo ter se popularizado como uma mídia abertamente voltada ao público gay.

Ainda que seja relativamente comum a presença de travestis, mulheres e homens transgêneros nos aplicativos no interior paulista, trata-se de um público proporcionalmente ínfimo se comparado ao contingente majoritário de homens gays cisgêneros. Cabe ressaltar que, durante a pesquisa, não encontrei nenhum perfil que se declarasse abertamente como sendo de uma mulher cisgênero³⁸.

As mudanças na interface do aplicativo também incluíram a introdução do campo abrindo espaço para pessoas que não se reconhecem a partir de performances e identidades de gênero fixas. De modo complementar, também foi inserido um campo específico para a indicação do pronome de tratamento pelo qual o usuário deseja ser tratado (dele ou dela). Essas categorias entram na plataforma a partir de uma absorção comercial e voltada ao lucro decorrente de possíveis usuários/as presentes/futuro usuários

Acompanhando as mudanças ocorridas no âmbito das políticas de prevenção de Infecções Sexualmente Transmissíveis (IST's), os aplicativos ampliaram o sistema classificatório dos tipos sorológicos e dos métodos de prevenção do HIV. Assim, o antigo binômio *positivo* ou *negativo* cedeu lugar a um espectro composto por 5 tipos sorológicos. Além disso, foram acrescentadas informações sobre a data do último exame e a possibilidade de programar um lembrete com a data do próximo.

QUADRO 4 - CATEGORIAS AUTODESCRITIVAS DE SAÚDE SEXUAL

Saúde sexual:	
Campos pré-formatados	Opções de resposta
Exame de HIV:	Não mostrar; Negativo; Negativo, usando PrEP; Positivo; Positivo não detectável.

38 Apenas a título de curiosidade e para ilustrar a variedade de propósitos - por vezes contraditórios - que podem orientar o uso de plataformas de relacionamento online, durante a pesquisa, tive contato com duas jovens amigas lésbicas, que assumiram compartilhar entre si a manutenção de um perfil falso num dos aplicativos. Elas reconheciam o caráter antiético da atividade e também os riscos legais envolvidos no vazamento de imagens e conteúdos das conversas. Por isso, segundo elas, os conteúdos das interações jamais foram divulgados. Questionadas sobre as razões, uma delas respondeu-me que era uma “brincadeira”, que essa era uma oportunidade para conhecer de perto a forma como homens gays se relacionam, além de considerar também uma maneira divertida de ter acesso à pornografia.

Data do último exame:	Dia; mês; ano.
Lembrete de teste:	desativado; depois de 3 meses; depois de 6 meses.

FONTE: Interface do aplicativo Grindr.

*Nota: Dados organizados pelo pesquisador.

Uma pesquisa recentemente publicada, realizada pela Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto, sediada na Universidade Estadual de São Paulo, produzida em parceria com o Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Piauí, avaliou o conhecimento de homens usuários do Hornet, outro aplicativo de encontro para homens gays baseado em geolocalização, sobre o HIV/aids e as implicações no estabelecimento de parcerias (QUEIROZ et al., 2018).

Este estudo de caráter estatístico-descritivo contou com a participação de 30 homens que declararam sua condição sorológica no perfil e apontou que esses homens

possuem comportamentos de risco elevados para a infecção pelo HIV, associados a uma alta vulnerabilidade individual e baixo conhecimento sobre medidas de prevenção do HIV/aids, em particular da Profilaxia Pré-exposição (PrEP). As relações originadas a partir do aplicativo são permeadas por essas características que potencializam a possibilidade de adquirir o vírus. Tais características os expõem a maior risco de adquirir HIV e outras IST's [infecções sexualmente transmissíveis] e os colocam como população-chave no controle da epidemia no Brasil (QUEIROZ et al., 2018., p. 2068).

Nos últimos anos, o tema dos aplicativos relacionados à sexualidade e ao risco de IST's tem ganhado relevância para os estudos produzidos na área saúde. A relação direta entre uso dos apps e IST's também seria melhor explicada considerando que, um meio facilitador de relações sexuais também leva, por conseguinte, à maior exposição a infecções.

Respondendo a resultados como os apontados por este estudo, em março de 2018, a interface do aplicativo Grindr foi remodelada no que diz respeito às formas de tratamento e prevenção de IST's³⁹. As mudanças repercutem os resultados alcançados pelos medicamentos antirretrovirais no controle do HIV. Entre eles, vale mencionar a consolidação das evidências demonstrando a eficácia no tratamento antirretroviral na redução da transmissão do HIV e a

39 Notícia publicada pelo site *Canal Tech*, em 28/03/2018: “Grindr lança ferramenta para que usuários se lembrem de fazer o teste do HIV”. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/saude/grindr-lanca-ferramenta-para-que-usuarios-se-lembrem-de-fazer-o-teste-do-hiv-110832/>>. Acesso em: 03 jan. 2019.

evidência de que pessoas vivendo com uma carga viral indetectável não transmite o vírus em relações sexuais⁴⁰.

Esse contexto também se refletiu na inclusão de informações sobre datas do último exame nos perfis, assim como os diferentes métodos de prevenção adotados pelos usuários. A empresa também assumiu o compromisso público de ceder um espaço de publicidade gratuito para divulgação de informações sobre locais de testagem, métodos preventivos e formas de tratamento. Além disso, a interface passou a dar ênfase a necessidade da realização de testes sorológicos periódicos como uma prática comum.

O crescimento exponencial no número de plataformas para a busca por parceiros corrobora com o argumento de que o sexo sem compromisso tem sido cada vez mais encarado como uma prática socialmente aceitável e amplamente difundida não apenas entre gays, mas também entre heterossexuais. Entretanto, ainda assim, o que se verifica na prática é que, predominantemente, os aplicativos para homens gays continuam a compor o público alvo das pesquisas da saúde, sobretudo, para aquelas enfatizam a questão da prevenção de IST's como algo relevante para a vida de pessoas sexualmente ativas.

Ao que tudo indica, o público homossexual ainda segue sob escrutínio dos equipamentos de prevenção e saúde pública, mais do que o heterossexual. No universo das plataformas de relacionamento, faz-se notável a ausência de ferramentas similares para partilha do status sorológico em aplicativos como Tinder, predominantemente voltado para pessoas heterossexuais.

A esse respeito, Miskolci explica que:

Aplicativos mais recentes como Tinder e Happn vendem-se como voltados mais à busca amorosa ao - ao menos - uma que encontre compatibilidade entre os usuários, por isso associam-se à rede social Facebook para comprovar a identidade e recolher informações sobre gostos comuns. Suas interfaces também buscam ser menos sexualizadas, daí não oferecerem dados corporais como altura, peso, priorizando informações como idade, profissão e nível educacional. Essa nova linha de aplicativos popularizou a busca por parceiros por mídias digitais entre heterossexuais, além de aceitar todo tipo de busca - de homens, mulheres ou ambos -, apagando as fronteiras sexuais. (MISKOLCI, 2017, p. 114).

Também vale destacar que tratamentos como a profilaxia pré-exposição, a chamada PrEP, não parecem ter a mesma adesão entre heterossexuais, sendo desconhecidos por muitos. Corrobora com essa percepção o fato de que, na internet, é muito mais comum encontrar

40 Nota explicativa da UNAIDS. Indetectável = Intransmissível: saúde pública e supressão da carga viral do HIV. Disponível em: <https://unaids.org.br/wp-content/uploads/2018/07/Indetectável-intransmiss%C3%ADvel_pt.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2019.

informações e debates sobre diferentes métodos de prevenção em páginas e fóruns voltados especificamente à comunidade LGBTQ+, em especial, para homens gays e profissionais do sexo, do que em páginas predominantemente voltadas para pessoas heterossexuais.

No site do Tinder, por exemplo, não existe nenhuma menção a métodos de prevenção ou IST's. Em que pese o argumento apresentado por Miskolci a respeito da dessexualização, vale destacar que, mesmo em plataformas para heterossexuais que são abertamente voltadas ao sexo, como é o caso do *Sexlog* destinada a casais adeptos do *swing*⁴¹, as informações sobre saúde sexual não têm destaque e, a depender do caso, sequer existem. É como se o sexo hetero não apresentasse risco e o hiv não atingisse heteros. Tampouco é sublinhado o risco de gravidez, portanto não são marcados tão radicalmente pela moralidade hetero e refletem uma naturalização do sexo sem compromisso/não reprodutivo.

Ainda que à primeira vista a prática de declarar o status sorológico possa parecer pouco invasiva, uma vez que cabe a cada usuário decidir que tipo de informação irá ou não expor ao público, a introdução do status sorológico responde ao contexto estadunidense. Dependendo do Estado norte-americano, “*disclosure*” sobre o status de HIV passa a ser obrigatório e a pessoa pode ser processada caso não tenha informado o/a parceiro. A relação depende de onde a pessoa está ao preencher o perfil e não é escolha pessoal para todos.

Além disso, quando se trata de informações digitais as coisas podem se tornar mais complicadas. Recentemente, a partilha de informações sobre o status sorológico dos usuários gerou uma série de problemas, inclusive, sobre o destino dado a essas informações no contexto da venda de dados digitais. Assim como ocorreu com diferentes equipamentos de mídia social em todo o mundo, em abril de 2018⁴², o aplicativo Grindr ocupou o centro do debate sobre possíveis violações de privacidade em decorrência da comercialização de dados digitais dos usuários.

Na ocasião, organização norueguesa SINTEF, em parceria com o site estadunidense de notícias *BuzzFeed*⁴³, vieram a público relatar um conjunto de violações das leis de proteção de dados por parte do Grindr. Segundo a reportagem publicada pelo site, o aplicativo teria deixado informações sigilosas sobre os exames de HIV de seus usuários expostas às empresas

41 *Swing* refere-se a prática sexual baseada na troca consentida de parceiros entre casais que possuem uma relação estável. Esta modalidade de sexo é predominantemente reconhecida entre heterossexuais.

42 Notícia publicada no jornal *Estadão*, em 02/04/2018: Apps de relacionamentos Grindr compartilha dados sensíveis de usuários com terceiros. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/empresas/app-de-relacionamentos-grindr-compartilha-dados-sensiveis-de-usuarios-com-terceiros,70002251831>>

43 Notícia publicada pelo site *BuzzFeed News*, em 02/04/2018. Grindr is letting other companies see user HIV status and location data. Disponível em: <<https://www.buzzfeednews.com/article/azeenghorayshi/grindr-hiv-status-privacy>>

Apptimize e *Localytics*, especializadas na otimização de aplicativos. Assim, segundo o relato, as empresas tinham acesso a dados como a localização precisa de GPS e o status sorológico, informações essas sobre os quais os usuários não haviam dado o consentimento prévio para o compartilhamento com outras plataformas fora do aplicativo.

Vale destacar que, no Brasil, há lei específica para a divulgação do diagnóstico das pessoas soropositivas, que inclusive prevê prisão. A Lei 12.984, de 2 de junho de 2014, em seu artigo 1º, inciso V, determina que “Constitui crime punível com reclusão, de 1 (um) a 4 (quatro) anos, e multa, as seguintes condutas discriminatórias contra o portador do HIV e o doente de AIDS, em razão da sua condição de portador ou de doente: divulgar a condição do portador do HIV ou de doente de AIDS, com intuito de ofender-lhe a dignidade”. Além disso, expor uma pessoa soropositiva, segundo a Lei 12.984/2014, está sujeito a uma Ação Penal Pública Incondicionada, sendo o titular o Ministério Público, e não as possíveis vítimas.

Mas, além disso, a análise da SINTEF também mostrou indícios de que o aplicativo compartilhava informações sobre as “tribos”, sexualidade, etnia, status de relacionamento, o número do ID do telefone, sem a permissão dos usuários, com empresas especializadas em ações publicitárias online.

Na época, em resposta, o Grindr afirmou que o compartilhamento de dados constitui uma prática padrão e que havia um conjunto de políticas em vigor para proteger a privacidade de seus usuários. Sobre as empresas *Apptimize* e *Localytics* terem acesso aos dados, a justificativa apresentada publicamente pelos responsáveis pelo Grindr foi que os serviços prestados por essas empresas ajudam a tornar o aplicativo melhor.

Vale destacar que, para os usuários, os riscos envolvendo os vazamentos de dados não incluem apenas a possibilidade de ser hackeado, o que corresponde a uma maior exposição a uma ação digital criminosa. Em muitas situações, como no caso de pessoas que vivem em comunidades homofóbicas ou em países com restrições e punições legais sobre a homossexualidade, os riscos podem incluir a violação da integridade física dos sujeitos ou, no limite, o risco de morte.

Além das opções predefinidas, a interface do Grindr também reserva um espaço de até 250 caracteres para que o usuário, se assim desejar, construa uma breve textualização falando de si ou do parceiro almejado.

Indicando uma consolidação da tendência de convergência entre diferentes plataformas, o usuário pode disponibilizar um link de acesso para páginas pessoais nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram. Estabelecer ou não vinculações entre redes sociais, assim como oferecer ou não alguma descrição sobre si é estritamente uma decisão do usuário.

Do ponto de vista dos sujeitos, a possibilidade de convergência entre diferentes permite que estratégias sejam mobilizadas para driblar os termos de uso que regulam cada plataforma de maneira específica. Por exemplo, para um usuário que busca sexo nos aplicativos e, ao mesmo tempo, também produz conteúdos pornográfico para uma página no Twitter, o vínculo entre o aplicativo e a rede social permite acesso rápido às postagens deixando expostas suas intenções. Para um usuário preocupado em manter uma continuidade coerente entre as relações on e offline afirmando sua identidade, a convergência por meio de links entre o aplicativo e o Facebook torna-se uma oportunidade para que outro reconheça afinidades, como gostos e amizades em comum.

É importante observar que não se trata apenas de uma estratégia que simplesmente busca integrar entre diferentes plataformas. A estratégia das empresas é também fundada na consolidação de oligopólios e, por isso, convergir de maneira integrada com outras plataformas, além de ampliar o escopo da base de dados sobre os usuários, permite que os aplicativos confirmem a identidade dos usuários se valendo dos dados de outras plataformas.

Por fim, embora não seja obrigatória, cabe ao usuário adicionar uma imagem do perfil. Vale destacar que, de acordo com as diretrizes da comunidade, são expressamente proibidas imagens contendo:

- Nudez e pornografia (cortes importam — se parecer que você está sem roupas, a foto não será aprovada).
- Brinquedos eróticos e atos sexuais (reais ou gesticulados).
- Fotos de roupas íntimas.
- Formas ou silhuetas que tornam genitálias visíveis através da roupa Fotos da virilha de qualquer ângulo (frente, trás e lado).
- Textos gráficos e emojis sobre atos sexuais

Exceções: Permitimos roupa de banho, em contexto. Como algumas roupas de banho podem parecer roupas íntimas, solicitamos que fotos com roupas de banho sejam tiradas em ambientes externos (na praia, piscina etc.).

FONTE: Grindr. Diretrizes para a Comunidade. Disponível em: <<https://www.grindr.com/br/community-guidelines/?lang=pt>>

Para ser tornada pública, antes, a imagem do perfil depende da aprovação do aplicativo. Sendo assim, o trabalho de verificação fica a cabo de algoritmos especializados em reconhecer imagens consideradas inadequadas de acordo com os “padrões de comunidade”, como são chamadas as normas coletivas que regem o uso do Grindr.

4.4 TECNOLOGIA E FORMA CULTURAL: APONTAMENTOS SOBRE A MODELAGEM SOCIAL DA INTERFACE, O CASO DO APLICATIVO GRINDR

Plataformas de busca por parceiros são um dos variados gêneros midiáticos que atualmente compõem o mercado de entretenimento adulto. Estão, portanto, ao lado de filmes, séries, livros, espaços de lazer, brinquedos e artefatos exclusivamente produzidos, direcionados e consumidos por esse público.

Uma mídia geoconectiva para busca por parceiros pode ser entendida como um híbrido tecnológico, quer dizer, como uma síntese técnica formulada em resposta a um conjunto de propósitos situados no mundo. Essa postura implica no reconhecimento de que a tecnologia dos aplicativos hoje disponível não foi determinada pelo avanço tecnológico, mas foi buscada diretamente, com propósitos já em mente, em resposta a problemáticas socioculturais, políticas e econômicas então emergentes.

Entender a forma cultural (WILLIAMNS, 2016) dos serviços comerciais de busca por parceiros demanda uma análise sobre a experiência fusional, que combina o desenvolvimento de formas anteriores ao mesmo tempo em que produz formas e mistas e novas. Dito de outro modo, mídias geoconectivas destinadas a busca por parceiros fundem eventos antes experienciados separadamente pelos sujeitos, moldados por normas sociais específicas, e os (re)contextualiza em uma interface de mídia criando uma continuidade entre eles.

Por exemplo, num mundo anterior à internet, conhecer alguém implicava em um roteiro cultural apoiado em formas de interação específicas: a primeira aproximação, a troca de olhares, as primeiras palavras, tudo isso mediado por ambiente social. Por meio de uma interface, esse roteiro de interação é recontextualizado por uma rede de mediações audiovisuais, que tem ressonância sobre as outras relações sociais. O antigo código-território de Perlongher, agora recusado pelos jovens até nas baladas, onde mesmo estando no mesmo local trocam mensagens ao invés de olhares.

Illouz (2011) explica que, na internet,

para conhecer outra pessoa, o indivíduo é levado a se concentrar intensamente em si mesmo, na percepção que tem do seu eu e no seu ideal de eu, bem como no ideal de outro. Assim, podemos dizer que o sentido de singularidade é aguçado pelos sites de relacionamento da rede. A segunda consequência é que a ordem em que as interações românticas são tradicionalmente conduzidas se inverte: se a atração costuma preceder o conhecimento de outra pessoa, na rede o conhecimento precede a atração, ou, pelo menos, a presença física e a corporalização das interações românticas (ILLOUZ, 2011, p. 278-279).

Aplicativos são artefatos tecnológicos perenes, cuja permanência no mercado depende da aceitação por parte do público. Em parte, a adesão a um produto comercial depende do tipo de mediação que será estabelecida pelas das estratégias mercadológicas e publicitárias que direcionam uma determinada mercadoria ou serviço ao seu público.

Entretanto, não se trata de um projeto unidirecional com resultados pré-determinados. Ao contrário, a adaptação de uma tecnologia ao público depende de um processo constante de comunicação entre desenvolvedores e usuários. Baseados nas percepções e comentários dos usuários, os desenvolvedores podem buscar soluções para problemas apontados ou mesmo o aperfeiçoamento de recursos com vistas à otimização de uma tecnologia. Trata-se de um processo de negociação constante, *pero no mucho*.

Em 2013, quando iniciei o trabalho de campo, o aplicativo Grindr ainda não dispunha de uma versão traduzida para o português. Assim, em minha dissertação de mestrado coube a mim a tarefa de operar uma tradução adaptando as categorias produzidas no contexto estadunidense de criação dos aplicativos para os contextos de uso em solo nacional.

Imerso nesse campo durante os últimos 6 anos, posso dizer que assisti à introdução de poucas modificações na interface do Grindr, nenhuma dessas alterações mudou a estrutura básica de funcionamento deste aplicativo.

Em 2018, a introdução dos botões “taps”, que desempenham uma funcionalidade semelhante à do botão “curtir” em plataformas como o Twitter e o Facebook, viabilizaram novas operações de contato. O recurso tornou possível ao usuário chamar a atenção de outros perfis, sem necessariamente ter de iniciar uma conversa.

Na seção de perguntas e respostas do site *Grindr.com*, a empresa explica que os botões de taps “podem ser usados para quebrar o gelo [quer dizer] você pode mostrar para outra pessoa que você está interessado sem ter que encontrar as palavras certas para iniciar uma conversa”⁴⁴.

44 Fonte: Site do Grindr. Artigo “O que são Taps (ou essas chamadas e pequenos demônios que aparecem)?”. Disponível em: <<https://help.grindr.com/hc/pt/articles/115008730267-O-que-são-Taps-ou-essas-chamadas-e-pequenos-demônios-que-aparecem->>

FIGURA 4 - BOTÕES DE TAPS



Fonte: Site Grindr. Disponível em:

[https://help.grindr.com/hc/pt/articles/115008730267-O-que-são-Taps-ou-essas-chamas-e-pequenos-demônios-que-aparecem->](https://help.grindr.com/hc/pt/articles/115008730267-O-que-são-Taps-ou-essas-chamas-e-pequenos-demônios-que-aparecem-)

Os “botões” na interface do App podem ser compreendidos levando em conta o argumento de Van Dijck (2016), para quem a criação dos botões curtir e compartilhar em plataformas como o Twitter e o Facebook expressam a introdução de “valores sociais” às interações conectadas.

O esforço empreendido pelo aplicativo para adaptar a interface ao contexto nacional se reflete numa aproximação dos elementos que fazem parte das subculturas gays brasileiras.

Originalmente, o Grindr foi criado por um jovem israelense, radicado nos Estados Unidos da América, chamado Joel Simkhai. Segundo ele, um dos objetivos do aplicativo era colocar em conexão as “diferentes tribos que compõem a comunidade gay”, concepção ultra comercial do que seria o universo gay típico de alguém de classe-média alta inserido em um mercado privilegiado de consumo, recreação e turismo que tem em Los Angeles, centro mundial das mídias do cinema ao conteúdo da Internet, seu epicentro.

Não por acaso, a taxinomia oferecida por este aplicativo classifique a comunidade gay em 12 tribos diferentes, tal como as 12 tribos de Israel⁴⁵. Mesmo após ser vendida para a Beijing Kunlun, a lógica das tribos foi mantida.

O quadro seguinte mostra as categorias disponibilizadas pelo para classificar as tribos. Do lado esquerdo estão as categorias disponibilizadas pelo aplicativo em 2015, quando a interface ainda não havia sido traduzida para o português, e à direita estão as traduções correspondentes disponibilizadas em 2017, quando se deu a tradução da interface:

QUADRO 5 - CATEGORIAS AUTODESCRITIVAS DE TRIBOS

45 Em minha dissertação de mestrado faço uma recuperação detalhada sobre o processo de construção do Grindr a partir de entrevistas e declarações feitas de Simkhai em jornais, blogs e sites. Ver: Padilha 2015, Capítulo 2.

Tribos do Grindr (2015)	Tribos do Grindr (2017)
<i>Bear</i>	Urso
<i>Clean-cut</i>	Elegante
<i>Daddy</i>	Papai
<i>Discreet</i>	Discreto
<i>Geek</i>	Nerd
<i>Jock</i>	Malhadinho
<i>Leather</i>	Couro
<i>Otter</i>	Barbie
<i>Poz/HIV+</i>	Soropositivo
<i>Rugged</i>	Cafuçu
<i>Twink</i>	Garotos
<i>Trans</i>	Trans

FONTE: Interface do aplicativo Grindr.

*Nota: Dados organizados pelo pesquisador.

Analisando a produção de masculinidades em rede, Ben Light (2013) observa que as diferentes interfaces com as quais os usuários lidam nas plataformas de relacionamento são também interfaces de gênero. Segundo Light, a questão não se trata apenas do simples reconhecimento de que a interface tem gênero, mas consiste em perceber de maneira crítica as maneiras pelas quais as interfaces implicam em relações de gênero.

Dessa perspectiva, o que interessa é compreender como o gênero pode ser moldado e agenciado a partir de noções e práticas de conectividade, mobilidade, classificação e convergência. De acordo com Light, o crescente aprofundamento da presença das mídias digitais nas relações implicou também em novas formas de produção de masculinidades digitalmente mediadas.

É importante lembrar que as masculinidades em rede, assim como as masculinidades em geral, não são apenas, ou mesmo necessariamente, construídas por nós. As masculinidades em rede envolvem potencialmente a entrada de outras pessoas, instituições e coisas que, como tais, estão sujeitas a ser inscritas sob leituras particulares. (LIGHT, 2013, p. 257).

A partir da multiplataforma *Gaydar.com*, no Reino Unido, o sociólogo Sharif Mowlabocus (2010) explica que as taxonomias oferecidas pelos aplicativos para que as pessoas

classifiquem a si mesmas em plataformas de relacionamentos para gays tem uma história anterior às mídias digitais, que remete a um conjunto de classificações baseado em convenções compartilhadas no universo da subcultura gay. Desse modo, as taxinomias dos aplicativos estão relacionadas técnicas de classificação de tipos corporais, faixas etárias e fetiches, que não podem ser compreendidas desassociadas das formas pelas quais ao longo do tempo a mídia foi posta a serviço do sexo.

Certamente a pornografia não é a única fonte a partir da qual os sujeitos podem extrair significados para a (homo)sexualidade. Do mesmo modo, é importante destacar que as interpretações formuladas pelos sujeitos a respeito da pornografia são variadas e estão articuladas com posicionamentos morais, preferências, gostos e que se refletem numa maior ou menor proximidade com o tema.

Além do mais, há que se considerar que, no contexto estadunidense, o circuito comercial dos bares e casas noturnas afins nas grandes cidades também é segmentado nas mesmas tribos da pornografia, o que acaba reforçando a taxonomia. Trata-se de um contexto em que as identidades/identificações vêm de um conjunto articulado de fontes midiáticas, de entretenimento e recreação. Há pornografia, propaganda, bares e até mesmo cruzeiros/roteiros segmentados para cada “tipo/tribo”

A organização social a partir de públicos específicos sempre fez parte da vida social. E, como sabemos, não foi a internet responsável pela criação de tribos ou comunidades urbanas, ainda que a organização das redes sociais em grupos comunitários estruturados em torno de afinidades e interesses comuns tenha contribuído com a consolidação dessa percepção.

A novidade introduzida no contexto das mídias digitais é que nos obriga a pensar sobre essas questões imersas num contexto de segmentação de mercado, no qual diferentes públicos podem encontrar variadas maneiras de classificar o corpo masculino.

Para ser bem-sucedido, qualquer serviço comercial digital precisa acionar repertórios culturais para fazer sentido. Sob esse prisma, tecnologias digitais são também tecnologias sociais que carregam em seu design e funcionalidades noções modelares de e para as relações sociais.

Plataformas de relacionamento como Grindr tornam óbvio o papel do sexo como elemento para a organização social. Mas de maneiras, nos aplicativos, os sujeitos corporificam os desejos?

4.5 APONTAMENTOS SOBRE A MODELAGEM CULTURAL DOS PERFIS PRODUZIDOS NOS SERVIÇOS COMERCIAIS DE BUSCA POR PARCEIROS ONLINE PARA HOMENS GAYS

Se não respondi é porque não curti. Tenha bom senso para entender que o silêncio também é uma resposta!

Tiago, 22 anos, autodeclarado branco, estudante de graduação, em seu perfil no Grindr.

IMPORTANTE: Não quero e tampouco tenho interesse em: fumante, enrolado, usuário de drogas, exclusivamente ativo, com abdômen globoso (barrigudo) ou quem está decidindo se transa, casa ou namora. Seja direto. SEM FOTOS, sem conversa!!! Seja direto, por favor.

Carlos Alberto, 38 anos, autodeclarado branco, administrador de empresas, em seu perfil no Grindr.

Curto o “lobo mau” porque têm tudo grande e, ainda com bônus, come. Estou disposto a omitir para seus pais como nos conhecemos!

Alisson, 21 anos, autodeclarado branco, estudante de graduação, em seu perfil no Grindr.

Tranquilo, sem muitas expectativas. Sou “macaco velho”, por isso, não vou perguntar se você é afeminado, eu vou perceber. Nada contra, questão de gosto.

Armando, 30 anos, autodeclarado branco, profissional liberal, em seu perfil no Grindr.

Sou discreto, bem resolvido, decente, cisgênero, não afeminado e procuro o mesmo. Antes de puxar papo, preencha o seu perfil e mande uma foto de rosto. Não perca nosso tempo. Magrelos, putas, afeminados e levianos não encham o meu saco. Procuro caras passivos másculos, NÃO MAGRINHOS, do bem, com jeito e atitude de homem, entre 20 e 45 anos (de preferência bundudos) para sexo do bom e quem sabe uma breja [cerveja] ou algo mais fixo. Ativos bem machos e bonitos dispostos a pegação também são bem-vindos. Se você não sabe que é afeminado ou se não tem certeza, não perca seu tempo e muito menos me faça perder o meu. Não insista e se mentir e conseguir marcar te garanto que vai perder a viagem. Se for assim, faça um favor a si mesmo, pule para o próximo. Cara que é másculo de verdade fala que é com convicção e não fica naquela de ‘ah, sei lá, acho que sou normal, sou de boa, discreto’.

Emerson, 42 anos, autodeclarado negro, representante comercial, em seu perfil no Scruff.

Viado com 'V' maiúsculo. 100% efeminado e nem um pouco atraído por machice forçada. Não sou nem curto preconceituoso. Nada contra, só não tenho tesão.

Fábio, 27 anos, autodeclarado branco, estudante de pós-graduação, em seu perfil no Grindr.

Aguardando um motivo para sair daqui. Não busco por apenas sexo. Não estou e não entro no cio como um animal. Se deseja sexo casual sugiro que siga para o próximo perfil.

Eduardo, 24 anos, autodeclarado branco, gerente administrativo, em seu perfil no Hornet.

Direta ou indiretamente todo mundo busca por sexo. Mas pra quê ter esse app se todo mundo fica de moralismo a essa altura do campeonato?

Marcos, 31 anos, autodeclarado branco, advogado, em seu perfil no Grindr.

Quem não tem cão, caça com Grindr.

Roberto, 26 anos, autodeclarado negro, funcionário público, em seu perfil no Grindr.

As frases acima foram extraídas dos perfis de usuários com quem mantive contato pelos aplicativos Grindr, Hornet e Scruff. Assim como a metáfora do açougue colocada por Renan, as frases de apresentações nos perfis são reveladoras a respeito de como, online, as compreensões sobre interação, autenticidade e a própria experiência subjetiva são atravessadas por noções de eficiência.

Serviços comerciais de busca por parceiros são parte de um universo cultural de consumo que contribui ativamente para consolidar a incorporação subjetiva das relações comerciais mediante a articulação entre mídias digitais e tecnologias corporais. Nesse sentido, não são apenas artefatos tecnológicos que oferecem novas oportunidades para as relações sociais, mas são máquinas de fazer sentido, equipamentos sociotécnicos que promovem uma pedagogia midiática da subjetividade, da corporalidade e da sexualidade. Os Apps são também dispositivos de mediação dos sujeitos.

Diferentes abordagens sobre as relações mediadas pela tecnologia analisam como a pornografia gay masculina se converteu em parte integrante das autorrepresentações gays em plataformas online, especialmente nos serviços comerciais de busca por parceiros

(MOWLABOCUS, 2010; LIGHT, 2013; LEAL-GUERRERO, 2013; PADILHA, 2015; MELHADO, 2018; MISKOLCI, 2017).

Mowlabocus (2010) argumentou sobre a construção do perfil online como uma operação complexa, que envolve vários níveis e inclui tanto uma dimensão subjetiva - que obriga o sujeito a refletir sobre como quer ser visto - quanto uma dimensão objetiva - que implica em conhecer as funcionalidades da tecnologia. Corroborando com o argumento deste autor, sustentei que “olhar um perfil é também avaliar o outro sob o seu próprio ponto de vista e essa relação converte o perfil num ponto de mediação da autopercepção do sujeito com a realidade externa” (PADILHA, 2015, p. 46).

Analisando a busca por parceiros nos Pampas Argentinos, Leal-Guerreiro (2013) destaca a dimensão de recreação erótica-visual implícita ao compartilhamento de imagens de nudez e pornografia amadora online como parte das práticas presentes nas plataformas de relacionamento que estudou.

Com maior ênfase na dimensão do gênero, Ben Light (2013) pontua a forma como, organizadas em rede, não apenas a sexualidade, mas também as masculinidades passaram a ser complexificadas e agenciadas por noções e práticas de conectividade, mobilidade, classificação e convergência.

Um exemplo dessa complexidade pode ser observado a partir da análise de Rodrigo Melhado (2018) sobre a circulação de mensagens sociais de masculinidade a partir de um grupo mantido no Facebook, identificado pela sigla BIV. Segundo Melhado (2018, p. 58),

os repertórios dessas masculinidades das manas [como os integrantes do grupo referem-se uns aos outros] não podem ser descolados dos impactos contemporâneos das mídias digitais, principalmente pelo caráter cada vez mais acessível de mobilidade e conexão ininterrupta.

A pesquisa de Melhado também mostra como grupos formados em torno de afinidades conformam “um ambiente on-line nacional em que jovens gays constituem um espaço coletivo comum em que ser ‘viado demais’ é incentivado e exaltado” (2018, p. 56). Os achados empíricos presentes neste trabalho corroboram com para compreensão de que a presença das mídias digitais também oferece a oportunidade de afirmar a sexualidade do mesmo sexo e as identidades não-heterossexuais de maneira contestatória. Nesse sentido, por mais contraditório que pareça, mídias conectivas criam um espaço de gênero paradoxal que permite, simultaneamente, a reafirmação de estereótipos de gênero e a sua contestação.

De uma perspectiva informada pela Teoria Queer, Miskolci (2017, p.48) argumenta que “as formas que os sujeitos encontram para gerir a visibilidade de suas vidas íntimas tem

relação intrínseca com as demandas morais dos locais em que vivem”. Analisando o campo construído homens paulistanos nascidos na década de 1970, de outra maneira, o autor vê na centralidade atribuída à “discrição” na busca amorosa e sexual o eixo definidor das representações sociais a que esses sujeitos são expostos.

Segundo Miskolci,

o que eles [os entrevistados] definem como beleza e *sex appeal* e os atrai em perfis online são retratos de homens modelares socialmente, reconhecíveis como masculinos e heterossexuais a despeito de se relacionarem sexualmente com outros homens. A busca de parceiro por meio de plataformas digitais reforça imagens midiáticas idealizadas, incentivando não só a busca por tais homens que ‘passam por hétero’, como também a corporificação desse modelo hegemônico. (MISKOLCI, 2017, p. 49).

Diferente dos jovens estudados por Melhado que encontram nas mídias um espaço confortável para compartilhar maneiras de como ser gay, os homens apresentados no estudo de Miskolci buscam afastar-se da homossexualidade e dos estigmas que convencionalmente associam a ela. A diferença nas perspectivas sobre a homossexualidade indicam um corte geracional que se reflete tanto nas práticas, quanto nas maneiras de compreender e viver a própria sexualidade.

Durante a pesquisa de campo no contexto do interior paulista, mantive contato com uma rede de homens predominantemente formada por sujeitos jovens, com idade entre 20 e 40 anos, brancos, universitários ou empregados em funções para as quais é exigida formação em nível superior. Assim, vivendo em cidades universitárias ou de maneira relativamente independente da família muitos deles podiam buscar abertamente por encontros sexuais descompromissados.

Isso não quer dizer que, nas conversas e entrevistas, não fosse comum ouvir relatos sobre estratégias para driblar as pressões e expectativas familiares. Entretanto, para a maioria deles, as mídias digitais permitiam a manutenção de redes de contatos entre pessoas com interesses similares de uma maneira que até então seria impossível sem a mediação digital. Diante da ausência de espaços que permitam sociabilidade do público gay, como bares e boates, no interior, “as mídias digitais constituem uma saída tecnológica e provisória que possibilita o arranjo estratégico de relações homoeróticas ao abrigo do olhar público” (PADILHA, 2015, p. 12).

Entre meus interlocutores, a possibilidade de aventuras sexuais emerge frequentemente associada ao consumo de lugares, experiências e coisas⁴⁶, mas também à

46 O mesmo aspecto de vinculação entre experiências sexuais e consumo foi enfatizado por Larissa Pelúcio (2018) em sua pesquisa sobre masculinidades heterossexuais e as negociações de afetos nas mídias digitais.

fruição e ao ócio. O conjunto de frases de apresentação extraídas dos perfis e acima apresentadas exprime a relação - ou a ausência dela - entre hábitos de consumo, práticas sociais e sexualidade. Daí o sentido do trocadilho empregado por Roberto sobre o adágio popular: *quem não tem cão, caça com Grindr*⁴⁷.

Plataformas de relacionamento convidam os usuários se juntar a uma comunidade baseada na afinidade e em códigos culturalmente compartilhados. Na versão digitalmente mediada, a sexualidade passou a ser organizada no interior do chamado “mercado de entretenimento adulto”, caracterizado principalmente pela presença de uma variedade de mercadorias, produtos, equipamentos, serviços, artefatos e tecnologias voltadas ao sexo, mas também por falar da pornografia de um modo sutil e bem-comportado.

Serviços comerciais para busca por parceiros voltado ao público gay constituem um dos nichos no interior desse mercado. Plataformas abertamente voltadas ao sexo, como é o caso desses aplicativos, tendem a incorporar a pornografia de maneira mais evidente, conforme mostram as categorias autodescritivas oferecidas na interface do Grindr.

Pesquisas feministas no campo da Ciência e Tecnologia há quase três décadas argumentam sobre as diferentes maneiras pelas quais identidades de gênero e discursos são produzidos simultaneamente com as tecnologias. Nessa vertente de estudos, Wajcman (2010) demonstra que artefatos materiais são parte do tecido social e, por isso, são fundamentais para a manutenção dos vínculos sociais. Assim, desde uma perspectiva sociológica, objetos, artefatos, equipamentos e coisas não podem ser vistos como sendo exclusivamente técnicos ou sociais, daí a expressão “sociotécnico”.

Da perspectiva de quem as usa, conforme já mencionei, plataformas de busca por parceiros convidam as pessoas a se descreverem de forma objetiva operando uma decomposição de si em categorias pré-estabelecidas. Analisando a produção de perfis online, a socióloga marroquina Illouz (2011, p. 113) observa que essas tecnologias de interativas incitam que os sujeitos produzam uma “textualização da sua subjetividade” e essa operação requer do sujeito, simultaneamente, um refinamento de suas fantasias e de seus ideais.

Para Illouz, a interação online cria um paradoxo que posiciona os sujeitos de maneira contraditória em um processo que representa, ao mesmo tempo, a conjunção de um “subjetivismo intenso” – que se expressa na descrição de características psicológicas – e a intensiva objetificação do encontro – “como é a pessoa que desejo?” – mediada pela tecnologia (ILLOUZ, 2011, p. 114).

47 O ditado popular adaptado por Roberto originalmente diz: “quem não tem cão, caça com gato”.

Em diferentes momentos ao longo de sua obra, Illouz (2007) oferece algumas pistas para pensar sobre como mudanças tecnológicas estão profundamente vinculadas a mudanças subjetivas. Para essa autora, tecnologias digitais não constituem apenas parte do nosso aparato de comunicação, mas também passam a integrar nosso aparato emocional. Nesse marco interpretativo, os apps podem ser entendidos como tecnologias projetadas para produzir a socialidade entrelaçando emoções, tecnologia e ação econômica. É verdade que o período compreendido pelo estudo de Illouz diz respeito a um primeiro momento da internet, marcada mais por textos do que pela profusão de imagens, tal como experimentamos atualmente.

Pelúcio (2018, p. 16) nota que “as buscas permanentes, propiciadas pelo mecanismo de descartes de perfis, colaboram com a ideia de que há um campo inesgotável de possibilidades de prazer e de experimentações”. Além disso, o estudo de Pelúcio também mostra como, mesmo nas plataformas predominantemente voltadas para heterossexuais, “o sexo como parte do lazer e este como um imperativo contemporâneo capaz de indicar o domínio sobre o tempo e os prazeres, bem como na busca por excitação permanente” (p. 20) estabelecem os contornos das aventuras sexuais.

No estudo de Pelúcio, esses elementos estão profundamente vinculados à esfera das masculinidades. Nesse sentido, tanto homens hetero como homo partilham de valores “comuns” de masculinidade que valorizam a predação sexual, a excitação permanente e sexualidade serial controlando envolvimento emocional com as parceiras.

De outro modo, autoras como Van Dijck (2016), tem problematizado a posição do sujeito em relação à tecnologia argumentando que, uma vez conectado, agência do usuário deve ser entendida como um constructo tecnocultural. Isto porque, para a autora, não se trata de uma via de mão única, pois “a tecnologia influi tanto na socialidade quanto a socialidade influi na tecnologia, conforme um processo que é possível de ser rastreado nas relações dos usuários” (p. 59). Assim, agência dos usuários está situada entre a dimensão implícita do programador e a dimensão explícita do uso.

Entretanto, no caso dos Apps para homens gays, tratamos de tecnologias baseadas em experiências sociais e que portanto foram pensadas como “facilitadoras” de formas relacionais sociais e históricas pré-existentes, que se materializam em plataformas digitais. Os usuários dessas redes interferem com muito menor poder no “aperfeiçoamento” e na modificação, daí a impressão de que o Grindr mudou pouco. Assim, pode ser, que os apps tenham sido criados por classes-médias profissionais que tinham a prática do *hookup* e buscaram um meio para facilitá-la. Ao materializar tal facilitador em Apps, as *startups* disseminaram sua forma de se relacionar

para outros segmentos sociais cujo uso dialoga, mas muda pouco as plataformas. As mudanças que ocorrem nas suas interfaces não afetam a sua lógica de uso socialmente cristalizada.

Entretanto, esse conjunto de práticas não atua apenas orientando os usuários no mundo - quer dizer, no nível do app, viabilizando contatos, interações sincrônicas e como um canal para a expressão de fantasias e desejos -, mas também estão ativamente comprometidas na regulação de corpos. Murray e Ankersen sublinham como, no limite, o design das interfaces de relacionamento online atua regulando corpos sexualizados e racializados. As formas que as interfaces assumem representam uma oportunidade valiosa para questionar as maneiras pelas quais domínios, práticas de governo, moralidades e a socialidade passam a ser arregimentadas pelos desenvolvedores. Mais do que a visualidade, a interface carrega em si formas de racionalidade política subjacentes a projetos que são simultaneamente tecnológicos e ideológicos.

Vaucelle (2008) argumenta que o design de *software* e *hardware* das plataformas de relacionamento não são pensados apenas como ferramentas passivas para a troca de informações, tampouco se projetam para simplesmente estimular os sentidos. Para Vaucelle, “serviços de conexão em rede buscam ativamente construir no nível individual uma relação entre o corpo digital e físico” (p.167).

Boyd (2014) sustenta que criar um perfil é também produzir uma performance da identidade no interior de uma plataforma, ou melhor, no interior de uma arquitetura computacional programada por códigos orientados para uma finalidade. Entretanto, considero que o uso das mídias digitais opera como um “treino” que passa a modificar os sujeitos, seus corpos e sociabilidade fora da plataforma também. São dispositivos que mudam os sujeitos e suas relações no contínuo on-offline.

Quer sejam físicas ou digitais, infraestruturas são redes construídas para facilitar o fluxo de bens, pessoas ou ideias e também para permitir a troca de informações sobre o espaço. Em sua dimensão física, essas redes moldam a natureza de uma rede de relações e modulam a velocidade e a direção de seu movimento, suas temporalidades e sua vulnerabilidade à quebra. Elas integram o aparato arquitetural que viabiliza, dificulta ou impede a circulação de pessoas, coisas e informações.

Em termos históricos, a produção de infraestruturas configura o ambiente da vida cotidiana, sendo uma das bases fundacionais das sociedades modernas. Analisando as políticas e poéticas da infraestrutura, o antropólogo Brian Larkin (2013, p. 329) argumenta que:

[...] as infraestruturas também existem como formas separadas do seu funcionamento puramente técnico, e elas precisam ser analisadas como veículos semióticos e estéticos

concretos orientados para os destinatários. Elas emergem armazenando dentro de si desejos e fantasias, e podem assumir aspectos semelhantes a fetichistas, que às vezes podem ser totalmente autônomos em relação a sua função técnica. Concentrar-se na questão da forma ou na poética das infraestruturas nos permite compreender como o político pode ser constituído por diferentes meios. Elas apontam para o sentido de desejo e possibilidade, o que [Walter] Benjamin chamaria de fantasia coletiva da sociedade.

A formulação de Larkin nos convida a refletir sobre como as formas que as infraestruturas assumem podem oferecer insights valiosos sobre outros domínios, como práticas de governo, moralidades, mercados e até mesmo a própria socialidade online. São conexões que revelam formas de racionalidade política que subjazem projetos tecnológicos e ideológicos que compõem o mecanismo que Foucault (2008) nomeou como “aparato de governamentalidade”.

Conforme sugere o antropólogo, analisar as dimensões formais das infraestruturas significa entender os tipos de objetos semióticos que as constituem. Mais do que retratar operações técnicas, trata-se de questionar as maneiras pelas quais esses objetos abordam e constituem temas aos quais atribuímos relevância.

A história do desenvolvimento das plataformas de relacionamento mostra que essas tecnologias foram pensadas e produzidas nos Estados Unidos da América, com o apoio intensivo de especialistas formados diferentes campos de conhecimento, como a psicologia, antropologia, sociologia e filosofia, e não apenas tecnólogos.

Visto que os esquemas culturais podem ser estendidos a novas situações ou transpostos para elas, as mídias digitais se cristalizaram “como meios que permitem criar redes relacionais seletivas dentro de uma espécie de mercado amoroso e sexual, o qual ascendeu a partir da chamada Revolução Sexual e agora apenas passou a ser visualizável por meio de sites e aplicativos” (MISKOLCI, 2014, p. 20).

No mesmo sentido, Pelúcio sintetiza que o mercado amoroso e sexual ao qual Miskolci se refere,

responde também a um conjunto de transformações sociais e econômicas marcadamente neoliberais que, a partir de meados dos anos de 1980, incidiram diretamente na forma das pessoas constituírem relações. Individualismo exacerbado, competitividade, estímulo ao risco e às experimentações, precarização de relações tidas como duradouras, seja no âmbito do mundo do trabalho ou das relações domésticas, são algumas destas mudanças que acabam conformando um novo mercado afetivo, ao qual alguns sites e aplicativos para fins de encontros parecem corresponder [...]. (PELÚCIO, 2018, p. 182)

Analisando o papel das ideias que historicamente introduzidas pela psicologia na configuração das plataformas, Illouz assinala que,

Ao se difundir pelo mercado, o ethos terapêutico deixou de ser um sistema de conhecimento para se tornar o que Raymond Williams chamou de “uma estrutura de sentimento”. A ideia da estrutura de sentimento designa dois fenômenos opostos: o “sentir” aponta para um tipo de experiência rudimentar, isto é, que define quem somos sem que sejamos capazes de articular esse “quem somos”. No entanto, a ideia de “estrutura” também sugere que esse nível de experiência tem uma estrutura subjacente, ou seja, é sistemático e não aleatório”. (ILLOUZ, 2011, p. 181).

Desse modo, ao falar sobre os aspectos ideológicos das plataformas de relacionamento não pretendo evocar um sentido de dominação maquínica ou de uma força unidirecional, mas o sentido de produção de subjetividades.

A teoria da ideologia remonta aos escritos clássicos de Karl Marx e ao extenso conjunto de críticas produzidas dentro e fora do marxismo ao seu caráter determinista. Entretanto, o tratamento dado à ideologia durante o século XX, moldado sobretudo pelos efeitos decorrentes da consolidação de uma indústria cultural, resultou num reposicionamento das lentes de compreensão sobre o conceito.

Em outra vertente da tradição marxista, a ideologia ganharia novo tratamento sob uma lógica mais dialética com a noção de hegemonia de Antonio Gramsci, segundo a qual o domínio político ou cultural é sempre o resultado da negociação e produção ativas. Por essa via, o fenômeno da dominação ideológica foi complexificado como uma problemática de ordem cultural.

Nesse marco interpretativo, a noção de hegemonia não pode ser entendida como controle total, tampouco pode ser tomada como se fosse sinônimo perfeito da dominação ideológica. Uma das inovações propostas pela leitura gramsciniana está em reposicionar a questão com vistas ao caráter político das normas sociais, sobre os interesses que as mobilizam e as técnicas empregadas para a construir. Para Gramsci (1978, p. 52) “a realização de um aparato hegemônico, enquanto cria um novo terreno ideológico, determina uma reforma das consciências e dos métodos de conhecimento, é um fato de conhecimento, um fato filosófico”.

Da perspectiva dos Estudos Culturais, a cultura é vista como um fenômeno que atravessa toda a sociedade e que está na base dos processos de produção e reprodução sociais. Desse modo, a indústria cultural passou a ser entendida também como uma espécie de indústria da consciência, capaz de configurar o conhecimento em conformidade com estruturas ideológicas que assegurariam a coesão social, a manutenção do *status quo* e a subsistência da dominação.

Sob essa perspectiva, produtos culturais são tomados como parte integrante da estrutura de poder na sociedade, o que exige que sejam estudados no seu contexto histórico, social, econômico, cultural e assim por diante.

Stuart Hall (1980), situado nessa vertente, apresenta uma reorganização das problemáticas e controvérsias que envolvem a cultura e como compreendê-la com vistas ao contexto de consolidação dos meios de comunicação - nomeadamente, o rádio, o cinema e a televisão - que moldaram o contexto midiático do século XX, sob a lente da teoria da articulação. Nos termos colocados pelo autor,

uma teoria da articulação é, ao mesmo tempo, uma maneira de entender como elementos ideológicos, sob certas condições, adquirem coerência dentro de um discurso, e uma maneira de perguntar como eles são articulados ou não, em conjunturas específicas, com certos sujeitos políticos (HALL, 2010, p.85).

Vistos assim, significados políticos e ideológicos só emergem como tal no interior de uma formação específica sendo o resultado do entroncamento entre relações e de poder e ideias (HALL, 2003). Nesse sentido, “uma teoria da articulação entende a história como o esforço (processo) contínuo de fazer, desfazer e refazer relações, estruturas e unidade (e também diferenças). Se a realidade é relacional nunca estará concluída ou fechada” (GROSSBERG, 2013, p.275).

Ao longo da obra de Hall (2010, p. 79) a “noção de hegemonia busca dar conta da constituição da dominação na ideologia”. Ao posicionar a questão da diferença no centro do debate, este autor também abre uma via de compreensão das instituições de modo mais plural, em movimento, sem deixar de lado a tensão permanente entre complexidade e unidade. Daí o sentido da articulação como “uma forma de conexão que pode criar uma unidade de elementos diferentes, sob determinadas condições. É um enlace que não necessariamente é determinado, absoluto e essencial por todo o tempo” (HALL, 2010, p. 85).

A palavra articulação é empregada por Hall em ao menos dois sentidos: um primeiro, ligado à linguagem, segundo o qual articular corresponde à dimensão expressiva, quer dizer, articular como falar claramente, ser articulado, e, um segundo, ligado ao sentido de conexão possível, mas não necessária, ou seja, como uma junta “uma forma de conexão que pode criar uma unidade a partir dos diferentes elementos, sob certas condições. Como “uma conexão que não é necessariamente determinada, absoluta e essencial para todos os tempos” (2010, p.85). Por isso, para o autor, a abordagem relacional proporcionada pelo conceito de hegemonia mostra-se mais adequada por reconhecer que “ainda o caráter simbólico se expresse como dominante, ele não é o único” (p. 494).

Analisar as articulações implica em focar os mecanismos de poder, de legitimação e domínio, de produção e disputa em torno de significados. Em outros termos, trata-se de uma

problemática sobre hegemonia que busca entender como um significado ganha credibilidade e legitimidade ou se dá por estabilizado.

Nunca é demais lembrar que cientistas da computação são também seres humanos e que, enquanto prática social, a programação carrega valores que se estendem desde a sua produção, passando pelas intenções que guiam escolha das finalidades e se expressam na interface. Não se trata de uma relação determinística, pois, conforme Rakow (1992) observou a respeito do uso de telefones, tecnologias em si não tem usos ou consequências inerentes, mas ganham sentido a partir do momento que se tornam parte do tecido ideológico que engloba as crenças e práticas sociais existentes.

O trabalho de Illouz (2011, p. 24) pode ser situado nessa chave interpretativa na medida em que reconhece a maneira “como repertórios do mercado se entrelaçam com a linguagem da psicologia e, combinados, os dois oferecem novas técnicas e sentidos para cunhar novas formas de sociabilidade”.

[Online] o encontro é organizado sob a égide da ideologia liberal da “escolha”. Nenhuma tecnologia que eu conheça radicalizou de maneira tão extrema a ideia do eu como “selecionador” e a ideia de que o encontro romântico deve resultar da melhor escolha possível. Em outras palavras, o encontro virtual é literalmente organizado dentro da estrutura do mercado. (ILLOUZ, 2011, p. 280).

Na medida em que padronizam as formas de interação, plataformas de relacionamento introduzem “repertórios culturais baseados no mercado moldam e impregnam as relações interpessoais e afetivas” (ILLOUZ, 2011, p. 23).

Este capítulo tratou de apresentar e analisar as problemáticas que enredam os usos sociais dos serviços comerciais online para homens gays, com atenção especial ao papel da infraestrutura usada como ponto de entrada para identificar os significados que vinculam uma tecnologia específica a uma determinada experiência social.

Mas como os usuários entendem a experiência de uso nos contextos locais?

5 NÃO É SÓ ENTRETENIMENTO – OBSERVAÇÕES PARA UMA SOCIOLOGIA DOS USOS SOCIAIS DOS SERVIÇOS COMERCIAIS DE BUSCA POR PARCEIROS ONLINE

As plataformas de busca por parceiros sugerem uma compreensão do uso como uma prática individualizada, organizada a partir de uma experiência privada e intimamente ligada aos interesses de quem usa, como se fosse apenas uma ferramenta para entretenimento. Essa percepção é reiterada pelo ambiente de mídia atual, no qual as pessoas dispõem de inúmeros canais para a comunicação pessoal e podem fazer escolhas selecionando entre diversas opções de acordo com os próprios interesses. O sujeito sente que está no controle.

A partir dos usos que meus interlocutores fazem dos serviços comerciais de busca por parceiros para homens gays pretendo tensionar e complexificar essa compreensão individualista. Para tanto, irei contrapor um entendimento sociológico do uso, levando em consideração as relações subjacentes a esse tipo de serviço comercial.

Este capítulo contextualiza os usos sociais de um segmento específico das mídias geoconectivas para questionar quais são os interesses dos sujeitos que usam e, também, para analisar em que condições esse uso se dá. Minha intenção é operar na interface entre questões que se situam no plano do conhecimento - aquilo que as pessoas falam - e as que estão no terreno das práticas - aquilo que as pessoas fazem.

A hipótese sugerida a essa relação é que a interface gera um procedimento para as interações sociais com base em elementos histórico-culturais que moldam a busca por parceiros, o que contribui para legitimar o seu uso. Em sua versão online, as condições da busca se deslocam e esse deslocamento produz efeitos nas formas de interação, com impactos nas relações intersubjetivas e, por conseguinte, com efeitos para o reconhecimento. Os achados de pesquisa apontam para os elementos que compõem a gramática moral do sexo online nas redes digitais de buscas de parceiros para homens gays.

Vale reiterar que os sujeitos não se movem apenas dentro dos limites da plataforma. Conectados ao universo difuso da internet, as relações que meus interlocutores estabelecem extrapolam os aplicativos e incluem lugares, pessoas, outras tecnologias e plataformas de relacionamento. Nesse sentido, a metáfora da rede é uma representação gráfica que busca atribuir uma morfologia para os contatos e os vínculos sociais e, portanto, deve ser compreendida como um constructo produzido a partir de um recorte das relações.

Meu enfoque mira os usos e os contextos, de modo que não tenho a pretensão reconstruir a totalidade de relações presentes na rede, mas analisar um conjunto de práticas

específicas que se configuram na interatividade entre usuários (sujeitos situados em contextos) e uma interface específica: a dos aplicativos geolocalivos de busca por parceiros para homens gays.

O capítulo está estruturado em duas partes. Na primeira parte, analiso os repertórios culturais acionados pelos meus interlocutores ao classificar as identidades. Na segunda parte, analiso os repertórios sobre o corpo a partir das percepções dos interlocutores e o contexto sociocultural, em diálogo com Axel Honneth, discuto a gramática moral dos corpos e do desejo assimilados ao conceito central de reificação.

5.1 COWBOYS, COWBICHAS E QUEERPIRAS

É domingo e o mês é maio. Estou na casa dos meus pais, na pequena comunidade rural onde cresci, formada por aproximadamente 3 mil habitantes, localizada a menos de 10 quilômetros de distância do centro da cidade de São Carlos. Por volta das 8 horas da manhã, um amigo de infância envia uma mensagem perguntando se eu gostaria de acompanhá-lo a uma festa comunitária que aconteceria em outra comunidade rural, situada a aproximadamente 30 quilômetros dali. Aceito o convite.

Festas assim são organizadas pelas paróquias e ocorrem uma vez ao ano. São eventos que integram o calendário anual das comunidades, de modo que esses momentos são esperados e, quando acontecem, costumam ser prestigiados pelos moradores locais. A festa do padroeiro, como é chamada, ocupa todo o final de semana atraindo moradores de outros municípios e pessoas que vivem em fazendas, sítios ou nas incontáveis pequenas chácaras que se espraiam pela região.

Convencionalmente, cada comunidade tem uma paróquia e cada paróquia escolhe um domingo para render homenagens ao santo padroeiro do local. Na zona rural, o número de eventos públicos e oportunidades de lazer nesses espaços é limitado em contraste com as cidades médias e menores da região. Em comunidades como a que cresci, a sociabilidade no espaço público é predominantemente organizada em torno das praças, das igrejas católicas e neopentecostais e dos bares. Sendo assim, ocasiões desse tipo são experimentadas como um acontecimento relevante para a comunidade porque representam um momento de deslocamento na rotina local.

Durante as festas paroquiais, sagrado e profano confluem gerando novas oportunidades de negócios para muitos moradores da comunidade. As festividades cumprem um roteiro. Na noite de sábado, por volta das 23 horas, no salão de festas da paróquia, acontece

o “baile” embalado pela música caipira alternado com *hits* do sertanejo universitário. Esta é uma valiosa oportunidade para as bandas locais se apresentarem ao público.

No domingo, as atividades se desenrolam intercalando a programação religiosa e atividades profanas. Pela manhã, as atividades se concentram em torno da cavalgada, como é chamado o desfile de cavaleiros e Amazonas que levam seus animais pelas ruas do centro, onde fica a igreja, para receberem as bênçãos concedidas pelo padre. Entusiasmados com a festa, muitos jovens seguem direto do baile para o desfile. Após o almoço, o período da tarde é ocupado pela missa que se desenrola com a procissão, quando todas as imagens de santos e santas da igreja são expostas e desfilam pelas ruas sobre andores enfeitados com flores naturais coloridas cuidadosamente encaixadas entre tecidos de cetim recobertos com tule. As famílias de moradores locais se organizam e dividem a responsabilidade pela preparação das imagens e pelos enfeites que irão adornar os andores de cada santo, tal atividade é predominantemente atribuída às mulheres.

Durante o final de semana, enquanto acontecem os festejos, as ruas são preenchidas por pequenas barracas especializadas na venda de comidas, bebidas e artefatos de todos os tipos: artesanatos, enfeites e presentes em meio a uma incalculável variedade de souvenirs fabricados na China. O espaço das barracas é locado pela igreja e, ao que tudo indica, os rendimentos financeiros obtidos com o evento é destinado à manutenção do prédio, à implementação e às melhorias na infraestrutura da própria festa, o que garante os meios necessários para a sua realização no ano seguinte.

Nos meses que antecedem o evento, parte significativa da comunidade católica local está, de alguma maneira, envolvida com esse dia. Segundo as normas de gênero que regulam as atividades, enquanto as mulheres cozinham, limpam e enfeitam, os homens cuidam dos negócios que envolvem o dinheiro, o que equivale a assumir os compromissos em torno da organização da estrutura da festa

Há vários sentidos em jogo no contexto da festa do padroeiro. Para as famílias de fiéis envolvidas com as comemorações, a festa é mais uma oportunidade para reafirmar a fé e para fortalecer os vínculos de solidariedade que nutrem a comunidade. Para o comércio, pequenos biscateiros locais, e para a igreja é uma valiosa oportunidade de aumentar os lucros. Para os moradores em geral, especialmente para os mais jovens desprovidos de recursos financeiro que lhes garantam mobilidade de maneira relativamente autônoma, a festa representa uma das raras oportunidades de diversão no espaço público, agora movimentado e repleto de pessoas “desconhecidas”. Por algumas horas, a paisagem local destoa da rotina pacata da comunidade em que todos se conhecem.

Ao cair da noite, a praça em frente à igreja matriz fica mais movimentada à medida que passa a contar com a animação de modestas apresentações musicais. Por vezes, os pequenos shows se revezam com discursos proferidos por políticos locais em busca de votos e pelo pároco local, que se desdobra em agradecimentos aos apoiadores do evento. Em geral, essa é uma oportunidade de visibilidade não apenas para líderes político, mas, sobretudo, para as duplas de música caipira e pequenos grupos sertanejos formados por moradores da região, que ganham a vida se apresentando em eventos do mesmo tipo. Para esses artistas, assim como para os barraqueiros e biscateiros locais, as festividades dos padroeiros formam um circuito de eventos que se sucedem e lhes garante sustento durante o ano todo.

Em termos ocupacionais, a população local está predominantemente organizada em torno do agronegócio, cuja principal face é a indústria sucroalcooleira. Também há um número significativo de pessoas que tiram sustento da agricultura familiar praticada em pequenas fazendas e sítios dispersos pela região, além de um número menor de residentes alocados no funcionalismo público, no comércio ou em algum setor dos serviços privados prestados na região. Nas pequenas comunidades da zona rural também não é incomum encontrar muitas pessoas que sobrevivem tirando sustento de ocupações temporárias e perenes, conhecidos como “diaristas”. Em termos educacionais, a população local é formada predominantemente por pessoas com ensino fundamental completo que se soma a uma pequena parcela de pessoas, em geral jovens, com grau de especialização técnica ou superior.

Existem algumas dezenas de pequenas comunidades rurais semelhantes espalhadas por essa região do interior paulista. Muitas são formadas por descendentes de imigrantes espanhóis, italianos e japoneses e por migrantes das regiões Norte e Nordeste que vieram em busca de novas oportunidades de trabalho. No contexto local, a relevância da festa paroquial não pode ser desprezada. As pessoas se preparam para no dia da festa vestirem suas melhores roupas e, revelando as dinâmicas de gênero locais, as garotas se enfeitam e vão ao cabeleireiro. Enquanto elas cuidam dos cabelos e da maquiagem, os rapazes preparam os chapéus, botas e cintos ornamentados que usarão durante o evento.

As atividades do domingo começam bem cedo. Pouco depois das 7 horas da manhã já é possível ver um grande número de pessoas que se aglomeram pelas ruas estreitas. Moradores locais esperam o desfile em frente de casa enquanto conversam com parentes ou conhecidos que se deslocaram para participar do evento. Cerca de 300 cavalos e seus donos se espalham por todas as ruas por onde os pedestres se espremem e disputam o espaço. Todos estão à espera da cavalgada. Além de cavalos, também é possível ver, em menor quantidade, alguns homens e mulheres montados em búfalos e touros domesticados.

Assim que chegamos, meu amigo me explicou que antes de irmos ao local da festa passaríamos na casa de Alan, um conhecido dele, para que pudéssemos nos juntar a um grupo que estava lá se aprontando para o evento.

Em pequenas comunidades rurais como a que cresci e como esta - formadas por menos de 10 mil moradores - não é um exagero afirmar que todos se conhecem. Famílias que vivem a mais tempo na região são conhecidas pelo sobrenome de tal modo que não é incomum que alguém explique sobre o contexto local dizendo apenas: “aqui são todos parentes”. A proximidade entre parentes também pode ser entendida como indicativo a respeito de como o número reduzido de pessoas se reflete no mercado matrimonial local.

Torna-se também compreensível as razões pelas quais as redes de relações podem ser continuamente usadas pelas pessoas para posicionar conhecidos e desconhecidos - tal como fazia Graziela - a dona do bar localizado na cidade de Rafael -, de quem falei anteriormente. Em comunidades menores, alguém sempre é casado com o primo ou o primo da prima de alguém conhecido. Alguém é sempre parente de alguém e esse dado situa os sujeitos na rede de relações sociais.

Chegando à casa de Alan, nove pessoas conversavam e tomavam café enquanto se preparavam para sair. Logo que entrei, percebi que quatro rapazes eram pessoas com quem eu já havia conversado pelos aplicativos e de pronto notei que também fui reconhecido. Devo explicar que, embora tenha crescido em uma dessas comunidades rurais, há mais de uma década moro em outras cidades, o que resulta em certa dificuldade para posicionar de pronto as pessoas nas redes de relações, sobretudo, as mais jovens. Ainda assim, uma vez que sou nativo, muitos me reconhecem a partir da minha família, formada por mãe e tias professoras que lecionam na região, mas também porque, ao longo do mestrado, durante um curto período, eu mesmo trabalhei como professor de sociologia em escolas localizadas áreas rurais.

Enquanto caminhávamos em direção à igreja matriz, Pedro, um dos rapazes que estavam na casa de Alan, puxando assunto comigo, perguntou-me se eu havia parado de dar aulas na escola local. Respondi que sim, que desde que havia conseguido a bolsa de estudos, há cerca de três anos, passei a me dedicar exclusivamente aos estudos e, por isso, tive que deixar as aulas. Perguntei se nos conhecíamos da escola, afinal, considerando que ele tinha 22 anos, poderia perfeitamente ter sido um dos meus alunos. Ele me respondeu que não, mas que já havíamos conversado algumas vezes pelo aplicativo. Pedro demonstrou interesse em conversar comigo e, mais tarde, informado sob as condições da pesquisa, aceitou colaborar com meu estudo.

Pedro trabalha como cabeleireiro, ofício que aprendeu aos 16 anos quando foi contratado pela cabeleireira da rua onde morava para, aos finais de semana, ajudá-la cuidando de preparar os cabelos das clientes para o corte. Incentivado pela avó materna, com quem viveu dos 12 aos 20 anos, o trabalho começou como uma ocupação para obter uma renda extra. Pedro diz que logo foi pegando jeito e gosto pela coisa. Aprimorando seus conhecimentos, mais tarde ele conseguiu um emprego em um grande salão da “cidade”, como os moradores locais costumam se referir ao maior município próximo da comunidade.

Morando em São Carlos, com frequência, Pedro retorna a antiga comunidade para rever os avós e os amigos de infância, com quem mantém uma relação bastante próxima.

Percebendo que falávamos sobre os aplicativos e sobre as particularidades de viver em uma comunidade pequena, Sávio, um dos amigos de Pedro, deu sua opinião explicando que também crescera ali, mas que, naquele momento, estava desempregado e vendo o fim de suas economias teve como única opção retornar para a casa dos pais como uma alternativa para sobreviver até que conseguisse um novo emprego.

Sávio tem 25 anos. Ele contou que em seu último emprego trabalhava como estoquista, mas que antes disso já havia passado por diversos postos de trabalho, como *office boy*, moto-taxi e, também, durante 2 anos, trabalhou como motorista em uma das usinas de cana-de-açúcar da região, função mais estável e na qual permaneceu mais tempo dentre as experiências de emprego.

Assim como Pedro, Sávio também prontamente reconheceu minha imagem, associando-me aos aplicativos. Ele me explicou que, diferente do que se passa em uma grande cidade como a que vivia antes, nas comunidades menores são poucos os usuários presentes nos aplicativos e que, por isso, acaba sendo mais fácil que as pessoas se encontrem e se reconheçam.

Na pequena comunidade rural poucos rapazes são, como meus colegas, abertamente homossexuais. Em contextos rurais, marcados pela moral familista e religiosa, assumir-se gay quase sempre implica na possibilidade de ruptura com os vínculos familiares, o que permite entender as razões pelas quais, enquanto caminhávamos até a praça da matriz, Alan me perguntou se eu sabia que andando com eles, todos saberiam que eu também era gay. Respondi que provavelmente poderia acontecer, mas que isso não representava um problema para mim.

Como Sávio, nem todos dispõem dos meios necessários (materiais e psicológicos) para arcar com as consequências decorrentes de uma ruptura familiar e isso explica as razões pelas quais, desde que voltou a morar com os pais, ele diz ter procurado “segurar a onda”. Menor ainda é o número dos que, como Pedro, podem contar com o apoio dos avós para sobreviver às tensões presentes no ambiente da família nuclear.

Pergunto porque Pedro passou a viver com os avós. Meu interlocutor explica que a decisão se deu quando ele, então na puberdade, passou a ser vítima das investidas críticas do pai sobre sua aparência, seus maneirismos e sua personalidade, considerados excessivamente femininos. Uma vez acolhido pela avó, o afastamento emocional entre Pedro e o pai se aprofundou. Ao falar sobre a relação dos dois, ele pondera dizendo que muitas coisas mudaram com o tempo e que ter paciência foi fundamental para assistir a uma mudança de postura por parte do pai, que se tornou menos agressivo e autoritário. Assim, nas palavras dele, atualmente os dois conseguem manter “uma relação de cordialidade e respeito mantida a uma distância segura”.

Perguntei para Pedro o que então havia motivado a sua mudança da casa dos avós para a cidade. Ele me explicou que depois de adulto, já com alguma estabilidade financeira, sentiu que precisava aproveitar mais a vida, viver com mais liberdade e ter novas experiências. Embora considerasse boa a vida com os avós, Pedro diz que acha a vida na cidade melhor, mas não apenas por questões salariais, haja vista que a cidade oferece uma série de oportunidades que são inacessíveis para quem vive na zona rural. Perguntei então a quais oportunidades ele se referia. Ele me respondeu que tinha a ver com um maior número de opções de trabalho, consumo e lazer, além da possibilidade de encontrar alguém para uma simples diversão momentânea ou até mesmo para um namoro.

Para rapazes como Pedro, Alan e Sávio a mudança de cidade em busca de novas oportunidades de trabalho representa também ter maiores condições de autonomia e liberdade. Mudar-se também significa abrir uma janela de oportunidade para constituição de novos laços de amizade e de afeto baseados mais em afinidades do que no local de moradia. Além disso, ser homossexual e viver em uma pequena comunidade rural implica em lidar com a escassez de um mercado amoroso e sexual no interior de um mercado moldado pela escassez de parceiros. Em outras palavras, o número reduzido de pessoas se torna ainda mais restrito quando se considera apenas as pessoas que vivem abertamente homossexualidade e isso diminui ainda mais as chances de que as pessoas possam consolidar uma relação estável.

Minhas observações permitem sugerir que, entre casais formados por pessoas do mesmo sexo, é mais comum que a relação se estabeleça entre duas pessoas assumidas ou entre duas pessoas “no armário”. Logo, são mais raros os relatos de relacionamentos estáveis entre uma pessoa assumida e outra que não é assumida. Essa característica dos relacionamentos pode ser compreendida levando em consideração o fato de que pessoas que vivenciam experiências homoeróticas em segredo temem a exposição pública e, por isso, acabam evitando se associar a pessoas reconhecidamente homossexuais.

É possível aventar que o baixo número de experiências afetivas e amorosas consideradas bem-sucedidas apontadas pelos meus três interlocutores opera como parte da gramática afetiva que operam se molda às restrições presentes nos contextos onde cresceram.

Enquanto conversávamos sentados em uma barraca próxima à entrada da igreja, perguntei aos meus interlocutores se a distância funcionava como um impeditivo para conhecer pessoas por meio dos aplicativos. Minha pergunta foi elaborada considerando que, nos apps, a distância é um elemento fundamental para as interações. Sendo assim, distâncias mais longas, como a que separa a comunidade rural das cidades mais próximas, poderia funcionar como um impeditivo para o contato, uma vez que exigiria alguma mobilização para um encontro face a face.

Alan me respondeu que, geralmente, usava o aplicativo buscando rapazes nas cidades próximas, onde também têm outros amigos e parentes e para as quais acabava viajando com relativa frequência. Sávio disse que, quando estava na casa dos pais na zona rural, buscava contatos com rapazes que estavam em Ribeirão Preto, cidade onde morava antes, sendo que os encontros aconteciam apenas quando ele retornava para lá. Pedro brincou dizendo que, quando não estava conversando com os “meninos” - seus amigos Alan e Sávio - pelo aplicativo, também buscava rapazes das cidades mais próximas e os encontrava depois.

Em comum, sob o ponto de vista dos três amigos, a internet emerge como uma ferramenta para conhecer “caras interessantes”. Diante da afirmação reiterada, perguntei a eles quais características atribuíam a um “cara interessante” e, em contrapartida, quais seriam aquelas capazes de tipificar um “cara desinteressante”. Nas palavras de Pedro:

Aqui você vai encontrar um monte de peão, que é um tipo de cara mais rustico, chucro. Mas tem seu valor. Isso não quer dizer que eles não deixem as coisas rolarem, eles deixam. Mas é aquele negócio: são caras que vão transar e acabou. Não é uma figura com quem vai rolar você trocar uma ideia depois do sexo e nem ter um momento de carinho. É sexo e pronto, acabou. Se é só pra se divertir, tudo bem, não tem problema. Não quer dizer que os caras não sejam gostosos, não é isso. É que é sempre mais do mesmo, não tem nada novo, nada de interessante. A gente costuma brincar dizendo que o mundo dos cowboys é a coisa boa daqui, mas tem a coisa ruim, que é você ter de disputar eles com as cowgirls e com as outras cowbichas para ver quem pega primeiro. (Diário de campo do pesquisador).

A fala de Pedro chamou minha atenção por diferentes motivos. Em primeiro lugar, porque ela explica como, nesse contexto, os aplicativos se tornam ferramentas poderosas que permitem a esses jovens - ao menos tese - driblar as restrições espaciais garantindo que conheçam pessoas que consideram “interessantes”. Em segundo lugar, porque aqueles considerados os caras interessantes parecem ser com quem se pode ter uma relação mediada por expressões de afeto e carinho.

Além disso, há outro elemento que revela uma linha conectando a sociabilidade dos jovens gays (*cowbichas*) à sociabilidade dos *cowboys*, que até então pareciam se tratar de universos configurados como se fossem radicalmente apartados. Nesse sentido, Pedro chamou minha atenção para como, embora aparentemente não mantivessem relações sexuais com outros homens, os *cowboys* mantinham realações com as “*cowbichas*”.

Ao falar sobre *cowboys* e *cowbichas*, Pedro estava sendo irônico. Embora conheça os códigos da cultura local, ele não é reconhecido como um *cowboy* e nem se identifica dessa maneira. Entretanto, ele sabe que na região há outros rapazes gays que se vinculam à estética e aos elementos culturais da zona rural. Diferente do que ocorre com meus colegas, esses rapazes, que também estão pela festa, guardam uma profunda identificação com o universo dos *cowboys* e aderem ao estilo country transitando entre acessórios e normas de gênero. Além do mais, é preciso entender um pouco das dinâmicas locais: as comunidades rurais são marcadas pelos fluxos e deslocamentos dos moradores, mas também por rivalidades e disputas.

Embora sejam muito parecidas em termos sociológicos, os moradores locais expressam considerações diferentes sobre cada uma das pequenas comunidades rurais. Essas considerações expressam noções sobre a paisagem geográfica e social. Assim, algumas são rotuladas pelos meus interlocutores como sendo “mais rurais”, “mais pobres”, “com menos infraestrutura”, “um mar de cana” a partir de associações estigmáticas com a “roça”, como local do esquecimento e do tédio, em contraposição à cidade, ambiente frequentemente adjetivado a partir de associações simbólicas mais positivas. Assim, a cidade é percebida como local do movimento, da fruição, das possibilidades, mas também das incertezas. Os rótulos evocados pelos rapazes acionam compreensões sobre o espaço, a tecnologia, classe e gênero situados sob a perspectiva da cultura local. São temas nos quais estou interessado.

Prossigo a conversa perguntando mais sobre como seriam as *cowbichas*. Alan me explica que esse é o modo como eles ironicamente se referem às “*bichas novinhas que usam chapéus, botas e camisas xadrez, roupas usadas pelos machos, mas dão pinta, usam maquiagem e amarram as camisas xadrez na cintura deixando o umbigo aparecer*”. Pergunto porque não seríamos também *cowbichas*, já que também somos abertamente homossexuais. Alan responde dizendo que “*nessa lógica, a gente tá mais pra queerpira, porque somos as bichas que fugiram para a cidade*”. Todos caem na risada.

Em termos culturais, tanto as noções que regem a compreensão sobre o “cara interessante” quanto as que delimitam as fronteiras entre “*cowbichas*” e “*queerpiras*” exacerbam as propriedades das convenções de gênero e das distâncias geográficas, simbólicas, e socioeconômicas a partir das quais ocorre a estratificação dos sujeitos em termos locais. Mas

a fala de Alan também pode ser compreendida como a exibição do que Humphreys chamou de “super propriedade”, um tipo de apresentação de si que é respeitável mesmo sendo apoiada em uma falha.

Em seu estudo sobre a gramática social das identidades gays em um subúrbio de Chicago, Wayne Brekhus (2003) também constatou que os sujeitos se valiam de um tipo de apresentação baseado em “super propriedades” para minimizar o estigma. Este autor mostra, por exemplo, como alguns imigrantes podem se apresentar como “americanos” ao extremo, e alguns membros de subculturas criminosas podem se apresentar como piedosos e moralmente irretocáveis em outras áreas de suas vidas.

Em sua análise sobre as dinâmicas de gênero e identidades entre jovens participantes da “cultura campeira” do sul do Brasil e sua relação com as novas discursividades veiculadas pela internet e as redes sociais, Mirian Adelman argumenta que na medida em que criam condições para a inserção desses jovens em “numa malha de circulação discursiva mais ampla, oferecem canais para novas reflexões que interrompem, mesmo que parcialmente, formas hierárquicas “tradicionais” (2015, p. 142), até então disponíveis para a autocompreensão dos sujeitos.

Meus achados de pesquisa corroboram com o argumento de Adelman, pois

No caso desses jovens do meio campeiro e sugerindo fazer parte de um cenário político e cultural bem mais complexo e dinâmico do que os críticos do tradicionalismo dos anos 90 sugeriam¹² – se assemelham a outros jovens de sua geração (Weller, 2005; Pereira, 2010; Pires, 2014) de um Brasil que, entre outras coisas, hoje em dia discute desigualdade de gênero, de raça/etnia, diversidade sexual, acesso e preservação de patrimônio cultural e material, biodiversidade e meio ambiente. [...] Questões de gênero e de revalorização do rural são elementos deste cenário que repercutem de formas particularmente pertinentes entre a juventude campeira, desde a inserção dessa prática numa herança rural que envolve grupos populares e das elites, até o marcante fato da conquista das mulheres de uma nova participação no meio, que coincide (e não deve ser “mera coincidência”) com o surgimento da internet e das novas mídias digitais (ADELMAN et al., 2015, p. 166).

Entre uma conversa e outra, Sávio é apontado pelos amigos como o mais “discreto” entre os três. Também é ele, entre os três, o que possui um histórico de ocupações em áreas predominantemente masculinas.

Segundo Sávio, quando pensa em alguém interessante imagina:

um cara mais parecido com a gente, gay mesmo e sem essas frescuras de ficar posando de macho com as garotas e, depois, tarde da noite, sair à caça pela rua pra ver se encontra a gente para curtir uns minutinhos. Mas também não precisa ser muito bicha. É alguém com quem dá pra pensar em ter uma relação, um lance mais sério. Eu sempre vejo os caras daqui e me pergunto: pra quê eu vou querer me apaixonar por um cara assim? Eu não vejo nenhum futuro além de problemas. Então é só sexo. (Fala extraída de anotações feitas no diário de campo do pesquisador)

É possível questionar em que medida “caras mais interessantes” são de fora porque imaginados sob outros contextos socioculturais. São imagens alimentadas pelas fantasias e pelas expectativas que os rapazes nutrem de conseguir encontrar pessoas com as quais possam se relacionar. Pessoas com uma “outra mentalidade”.

Consequentemente, “ser mais interessante” não reúne apenas uma compreensão em torno de semelhanças em termos de um perfil sociobiográfico, mas, sobretudo, em torno da possibilidade de partilhar uma relação romântica. Mas como relações impessoais e, por vezes, explicitamente hierarquizadas convivem com a busca por relações estáveis embebidas em ideais igualitários?

A história da homossexualidade é também marcada por interações moldadas pela impessoalidade, geridas em meio aos silêncios e descontinuidades (HUMPHREYS, 2008). São interações íntimas, mas que devem conservar seu caráter efêmero. Isso explica porque, em contrapartida, dos caras considerados “desinteressantes” não se espera nada além de sexo, menos ainda carinho, afeto e cumplicidade. “Interessante” pode ser entendido como uma senha para se referir a alguém idealizado a partir de semelhanças, sendo a principal delas o objetivo em comum de estabelecer e nutrir uma relação estável baseada no afeto, algo que parece improvável em meio aos contatos exclusivamente sexuais, mas também é um meio para falar sobre com quem se pode ou não trocar carinho e afeto.

Uma forma possível de descrever a condição romântica vivida pelos meus interlocutores é que, no mundo contemporâneo, “a autonomização da sexualidade em face ao reino das interações emocionais resulta incerto, permeado de ambivalências sobre as regras para negociar o compromisso, o amor e o desejo. Na linguagem dos sociólogos, tornou-se indeterminado” (ILLOUZ, 2014, p. 94). Por isso, ainda que mantenham vínculos profundos com a comunidade de origem, os rapazes estão mais submetidos aos ditames precários e indeterminações que caracterizam o mundo do trabalho nas cidades do que às normas que caracterizam a vida nas pequenas comunidades. Mas, “à medida que os indivíduos se tornam cada vez mais social e geograficamente móveis (isto é, individualizados), regras e estratégias sociais (novas) são necessárias para ajudar a moldar os objetivos individuais” (ILLOUZ, 2014, p. 39).

Parafraseando a socióloga marroquina, pode-se afirmar que as relações para esses rapazes oscilam entre a determinação e a indeterminação: a indeterminação das relações românticas e as determinações das práticas do sexo casual; a indeterminação do trabalho

precário na cidade e as determinações resultantes de viver próximo da família em uma pequena comunidade.

Para os meus interlocutores, a projeção em torno do nível de pessoalidade, entendida como sinônimo de proximidade nas relações, é o que separa os caras interessantes daqueles que são por eles considerados desinteressantes. Compreender esse jogo é fundamental para um entendimento sociológico sobre a impessoalidade. A proximidade social é definida a partir de “códigos de experiência social” (ILLOUZ, 2014), isto é, a partir de mapas cognitivos que incorporam e refletem as condições concretas de práticas, esquemas, sinais e significados com sentidos que ora aproximam ora distanciam as pessoas em relação umas às outras. Assim, é possível conhecer alguém e manter com essa pessoa uma relação estritamente impessoal, basta pensar no número de relações profissionais que se encerram no ambiente de trabalho.

A impessoalidade introduz um elemento de racionalização, que a partir de finalidades específicas, estabelece uma distância entre os sujeitos. Desse modo, pessoalidade e impessoalidade podem ser melhor compreendidas como noções definidas na interação social e, portanto, de maneira relacional. Pessoal e impessoal não são de modo alguns princípios mutuamente excludentes, mas um conjunto de posturas. Aliás, os rapazes conhecem os outros rapazes e homens com quem eventualmente fazem sexo casual.

Ao definir o que consideram como um “cara interessante” meus interlocutores o fazem separando e agrupando semelhanças e diferenças. As semelhanças indicam valores e objetivos que poderiam ser partilhados: afeto, carinho e ideias. A similaridade é o ingresso para as fantasias sobre a possibilidade de uma vida a dois informada por repertórios culturais sobre como devem ser as relações românticas igualitárias. As aspirações dos rapazes em torno de relações estáveis e mais duradouras, por outro lado, também podem ser explicadas considerando inexperiência afetiva, resultado de pouquíssimos relacionamentos curtos, e o desejo explícito de viver essas relações abertamente.

Enquanto conversávamos à mesa, Alan permanecia o tempo todo no celular. Rodrigo, um dos rapazes que estava conosco, brincou dizendo que Alan não deixava o telefone porque desde o dia anterior estava conversando com um rapaz que morava em uma comunidade vizinha. Perguntei para Alan se era verdade. Ele confirmou sorrindo e contou que havia combinado um encontro mais tarde, ainda durante a festa, mas confessou que estava um pouco aflito porque, embora soubesse que o rapaz estava nas proximidades, dependia do telefone para o contato, mas o sinal da operadora de telefones que havia contratado apresentava intermitências naquela região.

A internet banda larga chegou às comunidades rurais da região após o ano de 2015. Antes disso, alguns poucos moradores dispunham de conexões via rádio, com menor capacidade de tráfego e mais sujeita à intermitência. Apenas uma operadora de telefonia móvel apresenta sinal na região, de modo que todos os moradores locais precisam se adequar a uma única opção de serviço disponível. Nesse dia, fiquei sem telefone e entendi que, em um contexto comercial, no qual a disponibilidade de conectividade se orienta pelo mercado, as condições da conectividade são moldadas pela geografia e pela densidade populacional (BURREL, 2018).

Enquanto estávamos à mesa, um rapaz desceu do cavalo que montava e caminhou até nós. Aproximando-se de onde estávamos perguntou aos meus interlocutores: “e aí, garotas, já acharam algum macho hoje?”. Pedro prontamente assume a dianteira e responde: “Ainda não, mas se você estiver à disposição podemos resolver isso agora!”. O rapaz sorriu, deu uma piscadela e respondeu que só poderá mais tarde. Depois disso saiu caminhando em direção a um grupo de garotas que estava próximo dali. Os rapazes à mesa se entreolharam e começaram a rir.

Ao observar a cena, lembrei das descrições de Humphreys (2008), em seu clássico estudo sobre as salas de chá, caracterizando os sujeitos que vestem a “couraça da justiça”, o que mostra como as atitudes superficiais não necessariamente estão relacionadas com o comportamento real. Para o sociólogo da Escola de Chicago, “desviantes ocultos” vestem a “armadura da justiça” para retratar uma imagem de super propriedade moral para mascarar seu desvio, usando a moral como um escudo defensivo: “esses homens não estão apenas preocupados em evitar problemas, mas também estão envolvidos na criação de uma imagem social, apresentando-se como membros respeitáveis da sociedade” (HUMPHREYS, 2008, p. 558). Esta abordagem contribui para entender as maneiras pelas quais sujeitos que se engajam em atividades desviantes podem contribuir ativamente para estigmatizar as mesmas atividades das quais participam.

Em seguida, com alguma insistência, Alan diz aos amigos que conseguiu fazer contato com o rapaz com quem estava conversando pelo aplicativo. Temendo uma nova queda de sinal, os dois haviam combinado o local do encontro. Alan se levanta, diz que logo estará de volta, e segue em direção ao local combinado. Cerca de meia hora depois ele retorna. Os rapazes que o esperavam à mesa começam a rir e logo perguntam o que aconteceu para que o encontro tivesse acabado tão rápido. Alan apenas responde que “o rapaz desconfigurou” e solta uma gargalhada. Pergunto para Alan o que ele quis dizer com isso e ele me responde que pessoalmente o rapaz não era como nas fotografias. Ele explica que nas fotografias que enviou o rapaz parecia ser mais atraente do que a face a face, razão pela qual preferiu não dar prosseguimento ao encontro.

Online, a fotografia acentua uma tendência paradoxal de ser ao mesmo tempo uma descrição melhorada do sujeito, mas que precisa manter-se fiel à realidade empírica. Ainda que o uso de filtros de imagem ofereça a possibilidade do sujeito alcançar uma imagem modelar, a fotografia precisa resistir ao confronto com a materialidade do encontro face a face. A experiência do meu interlocutor também evidencia como as interfaces operam encurtamento das distâncias sociais que separam a auto exposição da propaganda.

Assim como Lara Facioli, em diferentes ocasiões pude notar

O esforço de afastamento da pobreza ou de qualquer sinal de proximidade com ela fica evidente, principalmente, naquilo que é compartilhado por alguns sujeitos em suas linhas do tempo do Facebook: imagens de viagem, situações de lazer, abundância alimentar, momentos de festividades. Tais compartilhamentos apontam para a fantasiosa boa vida, nunca alcançada completamente, mas performada. Não se trata de uma exclusividade do uso das mídias por pessoas pobres [...]. (Trata-se de) um contexto social atravessado por desigualdades e pela distinção, pela necessidade de não proximidade com a miséria e com o fracasso (FACIOLI, 2017, p. 200).

A forma cultural dos serviços comerciais de busca por parceiros enreda fantasias sobre o “eu” em movimento e em ação ao mesmo tempo que oferecem os instrumentos necessários para controlar e modificar a vida cotidiana. De maneira aporética, para os meus interlocutores, parece que ser mais provável ter uma relação de maior intimidade com quem está fisicamente mais distante, porém simbolicamente próximo do que com as pessoas que estão geograficamente perto, mas culturalmente distantes. Em contrapartida, caras menos interessantes - e, portanto, “locais” -, embora não sejam dispensáveis quando se trata de resolver as carências sexuais, o fazem mediante uma relação marcada pela impessoalidade e por hierarquias de gênero. Esse contexto revela um jogo no qual pessoalidade e impessoalidade podem ser estabelecidas a partir de relações inversamente proporcionais.

Em seu estudo sobre como os adolescentes usam as mídias digitais em suas práticas cotidianas, Danah Boyd (2011) oferece um exemplo instigante sobre como os adolescentes usam a mídia para lidar com restrições. A socióloga argumenta que o atrativo para os adolescentes na mídia não é o fato de simplesmente se tratar de uma tecnologia, mas a vida pública que essa tecnologia permite. Analisando os usos que adolescentes estadunidenses fazem de serviços de redes sociais, como Facebook, esta autora explica que os jovens estão presos à tecnologia por motivações sociais, entre as quais estão as sensações de privacidade e autonomia que elas proporcionam. Apoiada em uma etnografia extensa, Boyd desconfia da afirmação de que as redes digitais constituem “novos espaços públicos”. Em sentido contrário, Boyd argumenta que, em muitos casos, as redes digitais constituem o local onde está o “público” com o qual os adolescentes se reúnem, ainda que estejam fisicamente em casa.

Como ocorre com o espaço público, as plataformas de relacionamento são usadas para práticas sociais e atividades fundadas no intercâmbio entre pares. Entretanto, Boyd observa que, uma vez redes digitais não possuem propriedades idênticas ao espaço público, ainda em alguns casos a interface possa sustentar práticas análogas àquelas que se desempenham sem mediação, em outros, a tecnologia estabelece condições para a produção de novas práticas. Desse modo, a autora propõe uma compreensão das redes digitais como “espaços públicos em rede”, compreendidos como resultado do entrelaçamento entre pessoas, tecnologias e práticas sociais.

Boyd identifica que, no caso dos adolescentes, as problemáticas que “complicam” as atividades com os quais estão envolvidos se exprimem em torno de três práticas: a autorrepresentação; a socialização entre pares e a negociação com a sociedade dos adultos. Os adolescentes usam as plataformas de relacionamento principalmente para desempenhar práticas habituais, quer dizer, convencionalmente desempenhadas por eles fora das redes digitais, entretanto, as propriedades dessas redes reconfiguram essas práticas de tal modo que os sujeitos são forçados a lidar com as dinâmicas resultantes. Sendo assim, ao mesmo tempo que aprenderam a usar as mídias digitais, os adolescentes passaram a produzir estratégias poderosas para lidar a complexidade e os inconvenientes sociais inerentes a essas redes.

O enquadramento que Boyd confere às mídias conectivas enreda uma compreensão sobre como as mídias digitais oferecem novas oportunidades de participação na vida pública. Uma vez que acentuam o caráter de reunião entre pares, a autora também observa que as redes digitais também propiciam um ambiente que se adequa de maneira formidável à formação de comunidades imaginadas (ANDERSON, 2008).

Estabelecendo um paralelo com os argumentos apresentados pela autora posso dizer que, para muitos dos meus interlocutores, sobretudo aqueles que vivem em zonas rurais e em cidades menores, as plataformas de busca por parceiros são usadas principalmente para desempenhar práticas que não seriam convencionalmente desempenhadas fora das interfaces. E, uma vez que as propriedades dessas redes reconfiguram as práticas e as interações sociais de uma maneira diferente do que ocorre nas relações face a face, esses sujeitos agenciam seus desejos em meio às dinâmicas resultantes da relação com a tecnologia.

Ao mesmo tempo que aprenderam a usar as mídias digitais, esses sujeitos passaram a desenvolver estratégias poderosas para lidar complexidade e os inconvenientes sociais inerentes a essas redes - como ser identificado e ter a sua imagem associada à homossexualidade de maneira estigmática. Por caminhos diferentes, as relações apontam para outro conjunto de

condições pelas quais as novas tecnologias redefinem a vida pública, mas também a vida privada.

Para esses interlocutores, sujeitos que são confrontados com restrições na participação da vida pública, o espaço reticular dos aplicativos permite o contato com o público com qual eles desejam estar, mas não conseguem. Dessa maneira, os aplicativos também permitem que eles se sintam simbolicamente integrados a uma comunidade imaginada. Diferente do que se passa com os adolescentes, meus interlocutores não precisam lidar com a “sociedade dos adultos”, mas com as normas sociais que embora os ameacem também conferem inteligibilidade ao contexto que habitam. Sobretudo para os homens que vivem suas experiências sexuais com outros homens em segredo, as interfaces digitais podem ser lidas como um ambiente privado e seguro, mas que exige do sujeito uma postura de controle ativo sobre a situação social.

A intensificação das relações é um elemento que no contexto de cidades menores tende a ser lida como uma aproximação com a vida social das metrópoles. Diversidade de escolhas, diferentes localidades, fora do “seio familiar” que as relações de uma cidade pequena propõem, a impessoalidade do aplicativo se contrapõe a realidade cotidiana vivida, também criando um espectro de fantasia em torno das relações afetivo-sexuais.

Dessa forma, seja enquanto fantasia, enquanto impessoalidade, enquanto sexo, amor ou desejo, analiso que há um encurtamento das distâncias sociais e das distâncias simbólicas, que são basilares ao pensarmos nas expectativas em torno dos aplicativos. Dessa forma, a realidade do interior não é mais um mundo inteiro de distância de um *cowboy* inatingível por aquele *queerpira* que foi até a cidade grande, mas continua com seus laços no pequeno espaço familiar e conhecido. O segredo, também, é parte do negócio (PADILHA, 2015), que mobiliza as distâncias, aproximando os assumidos, os não assumidos, os *cowboys*, os *queerpira* e os *cowbichas* em universos pequenos da prática, mas que se ampliam com as próprias plataformas propostas pelos Apps.

A mobilidade, ou seja, as condições de locomoção, acaba se traduzindo como reconhecimento. Sendo que, como já vimos em Honneth, envolve predicados atravessados por classe, raça, nível educacional, entre outros, além dos marcadores clássicos do amor, dinheiro e eticidade. Para os mais jovens existe um número maior de relações e conexões disponíveis em relação às gerações anteriores. É uma experiência coletiva menos presa aos tropos da patologia e da vergonha. Dessa forma, as expressões de reconhecimento se dão de forma contextual e social, envolvidas em alargamentos de distância etárias, por exemplo, mas também pelo encurtamento de distâncias identitárias.

As mídias digitais alteram as experiências sociais - com reflexos nos horizontes de aspiração, como bem relatado por Facioli (2017). Há muito de perspectivas individuais que são colocadas em jogo na dinâmica de mobilização de fantasias e realidades em torno das relações afetivas:

A fantasia, desse modo, não é oposta ao real, mas é parte constituinte dele. Assim, no mundo contemporâneo tecnologicamente mediado, aquilo que compõe nossa fantasia integra o espaço em que vivemos e passa pelo que é veiculado pelos meios de comunicação como TV, cinema e também via internet. A fantasia é indissociável da propaganda e pode ser pensada, inclusive, como o motor do uso das mídias sociais, em especial, de serviços de redes sociais como o Facebook, onde pessoas comuns performatizam sucesso, consciência política, reconhecimento familiar, no trabalho, sucesso afetivo e amoroso. (FACIOLI, 2017, p. 196-197).

Entre meus interlocutores, as fantasias estão enredadas por imagens modelares, viagens frequentes, parceiros desejáveis à disposição e oportunidades de consumo e fruição, elementos ausentes das relações que experienciam no cotidiano. Conforme Tiago Duque e Larissa Pelúcio comentam a respeito das montagens e desmontagens que observam em campo:

novos espaços de visibilidade e sociabilidade vêm sendo constituídos, oferecendo possibilidades mais largas para pensar em si mesmo e questionar normas e [...] em busca de termos de identificação e reconhecimento, meninos/as experimentam aqueles que estão disponíveis (PELÚCIO e DUQUE, 2013, p. 36).

Na pequena comunidade rural em que vivem meus interlocutores, a festa é dos raros momentos em que o espaço público, repleto de desconhecidos, se abre para a deriva e para a fruição. Minha escolha por retratar essas relações se deve ao fato do ambiente da festa permitir uma construção eloquente para apresentar a dinâmica das relações sociais nesse contexto locais entrelaçando a vida local, as condições precárias de reconhecimento e a forma como os sujeitos as consomem.

5.2 BONITO DE CORPO

Os discretos que me perdoem, mas fotos são fundamentais.

Perfil de um desconhecido no aplicativo Grindr.

Pra ser bem sincero, normalmente eu não ligo muito pra esse negócio de rosto sabe? Conforme a conversa vai andando eu vou acompanhando. Mas é lógico que tem que ter o mínimo de noção. Por exemplo, quer coisa mais sem noção que os caras escreverem no perfil “envie foto de rosto antes”, sem mostrar o rosto? E ainda tem os caras com a cara de pau de escrever “foto de rosto visível”. O cara exige rosto, mas daí quando você clica no perfil, não tem foto de rosto dele. (risos). Tem que se achar muito pra fazer um negócio desse ou o cara não tá buscando alguém para encontrar na real... O pior é que com certeza deve ter gente que escreve enviando a foto, senão o cara não colocaria isso no perfil, né?

Ronaldo, 22 anos, autodeclarado branco, estudante universitário.
Trecho transcrito a partir de mensagem de áudio enviada por WhatsApp.

Eu sempre mando foto de rosto porque eu entendo assim: se o cara tá ali é porque tem o mesmo objetivo que eu. Então, se a gente vai conversar, o mínimo é saber com quem tá conversando. Eu sou assumido, não tenho problema com isso, sou independente, tenho minhas coisas, não vou ficar me escondendo porque no aplicativo tem gente mal resolvida. Isso é o que mais tem.

Elder, 25 anos, autodeclarado branco, vendedor.
Trecho transcrito a partir de mensagem de texto enviada por WhatsApp.

Você sabe, eu não mando o rosto de jeito nenhum porque acabei de me separar [da ex-mulher]. Então pra mim essa coisa de mandar foto de rosto fica mais complicada. Eu sempre mando algumas fotos porque a pessoa do outro lado precisa ter alguma noção de como sou pra saber se vai rolar interesse. A galera costuma dizer que sou bonito de corpo, então aproveito isso. Normalmente eu mando nudes e daí a pessoa já vê se tem interesse ou não. Se vejo que não vai rolar eu já saio fora.

Emerson, 42 anos, autodeclarado negro, representante comercial.
Trecho extraído do caderno de campo do pesquisador.

Eu não envio 'nude' de jeito nenhum. Não adianta, o cara pode me pedir, implorar, falar que retribui e os cambau... O cara pode falar o que quiser, que eu não mando. Não mando, primeiro, porque é perigoso. Eu lá sei o que o cara vai fazer com a minha foto? Já vi tanta gente louca nesse aplicativo que, sei lá, eu fico com o pé atrás. A internet é foda. E eu também acho um negócio muito promíscuo, tá ligado? Você começa a conversar com alguém que você ainda nem sabe como é o rosto, mas já viu como é pelado, o tamanho do seu pau e tudo mais. Tô de boa disso. Acho embaçado.

Marcos, 30 anos, autodeclarado branco, gerente comercial.
Trecho transcrito a partir de mensagem de texto enviada por WhatsApp.

Considerando a conexão íntima que estabelece com a sexualidade, a busca por parceiros online se dá em meio a produção de novas maneiras de representar e de experienciar a intimidade e as relações intersubjetivas. A interface do App oferece a materialidade para a primeira conexão entre os sujeitos. A arquitetura da interface organiza as pessoas em torno de interesses em comum de uma maneira que torna difícil reconhecer os limites e as potencialidades dessa operação.

O perfil online também medeia as primeiras interações que tenho com meus interlocutores. No primeiro contato com o perfil é possível conhecer as intencionalidades do sujeito por trás dele e, ao mesmo tempo, ter contato com tópicos relevantes para a gramática moral que rege as interações nos aplicativos para homens gays.

A busca por sexo ocasional e sem compromisso é um tópico que caracteriza o campo de pesquisa, sendo abordado tanto pela plataforma quanto reiterado nas conversas com meus interlocutores. Mostrar ou não o rosto resulta em outra tendência definidora do contato e do tipo de interação que se estabelece nos Apps de busca por parceiros para homens gays que

acompanhei durante a pesquisa. *Bonito de corpo, sarado na obra, camarão e cafunu* foram termos empregados pelos meus interlocutores durante algumas de nossas conversas. São termos que formam parte da gramática sexual dos aplicativos na medida em que são categorias de classificação social para o corpo, para o gênero e para a sexualidade articuladas a noções de classe social, de masculinidade e consumo. Noções estas que servem como indicadores culturais para situar a corporalidade e as formas culturais pelas quais os meus interlocutores separam “o rosto e o resto”.

Em termos sociológicos, o corpo se produz como unidade analítica marcado pelas formas que medeiam a sua apreensão e que lhe conferem inteligibilidade (Butler, 2015). Desta perspectiva, pode-se dizer que o corpo se produz talhado por clivagens de classe, raça, gênero, temporais e visões de mundo, aspecto engendrado também por práticas de consumo. Os fragmentos de conversas com meus interlocutores também apresentam as diferentes formas como eles (se) consomem (n)os serviços comerciais de parceiro e revelam um pouco mais sobre negociações que guiam as interações intersubjetivas nos aplicativos.

Discutindo sobre plataformas digitais e mundos 3D, Débora Krischke Leitão e Laura Graziela Gomes (2018) refletem sobre as novas formas de experimentação de si presentes, presentes nas mídias digitais contemporâneas. A partir de observações e experimentações online, as antropólogas enfatizam uma série de usos criativos dessas plataformas em experimentações de gênero e sexualidade mostrando como as tecnologias digitais podem ser encaradas como agenciadoras de novos processos de subjetivação.

Considerando o caso das plataformas de busca por parceiros para homens gays, em que medida é possível encará-los como agenciadores de processos de subjetivação? Como a sexualidade é experimentada nas interações e negociações intersubjetivas mediadas pelo App?

Desde as condições arquiteturais da interface às formas de interação de interação que viabiliza, as plataformas de buscas de parceiros convidam o sujeito a ocupar o local de “escolhedor”, uma posição simbolicamente melhorada e confortável, com termos ao seu alcance dos quais pode lançar mão para estabelecer comparações guiadas pelos seus interesses.

Conforme argumentei no capítulo anterior, serviços comerciais de relacionamento online exploram repertórios culturais baseadas no mercado que moldam a interação em diferentes sentidos. Online, além do serviço, as pessoas consomem umas às outras. Quer seja para reiterar ou para questionar normas, comportamentos sociais ou a gramática moral do sexo mobilizada no interior dos Apps, meus interlocutores exprimem, cada um à sua maneira, as formas pelas quais apreendem esses elementos. Em outras palavras, eles nos contam sobre

percebem as normas, os comportamentos e a gramática moral do sexo, mas também nos comunicam sobre como esse conjunto os afeta.

Grande parte do fascínio despertado pela mídia é enredado pela capacidade que ela tem de nos afetar transmitindo visões de mundo. Entender como esse processo ocorre em termos específicos demanda considerações sobre as maneiras pelas quais a forma, o afeto e a visão de mundo constituem a forma cultural de uma tecnologia em particular. Plataformas geolocalivas de busca por parceiros online para homens gays enredam uma narrativa que coloca em confluência compreensões sobre entretenimento, prazer e lazer. São noções profundamente arraigadas aos sentidos vinculados à “cultura gay”, mas que também articulam os sentidos estigmáticos frequentemente associados à homossexualidade como, por exemplo, a promiscuidade sexual e a frivolidade.

Em um mundo organizado em torno da mídia, Apps e sites de busca por parceiros são produzidos para incitar o consumo de emoções. Os repertórios culturais acionados pelas plataformas de busca por parceiros congregam elementos histórico-culturais que facilmente se associam às masculinidades, como a obtenção de prazer com a busca e a predação sexual. À medida em que também são encaradas como tecnologias para o entretenimento, as plataformas passam a ser compreendidas como ferramentas que oferecem oportunidades de escape e distração, o que também oferece riscos. Uma fala de Marcos justificando as razões que o motivaram a deixar temporariamente as redes digitais oferece um exemplo a esse respeito:

Cara, eu saí do App. Dei um tempo porque não tava dando certo. Ultimamente eu ando muito ocupado com o trabalho, cheio de compromissos numa correria do caramba e por isso eu saí um pouco. Esse negócio vicia. A gente fica procurando, conversa com um aqui, com outro ali, se distrai e, quando vê, já passou um tempão. Isso tava me atrapalhando e daí eu resolvi sair por um tempo. (Trecho de conversa transcrita no caderno de campo do pesquisador).

Para Dyer (2002) o entretenimento é um princípio orientador na codificação e decodificação de artes e mídia. Ainda que a noção do prazer possa ser tomada como decorrente do contato com artefatos e performances, este autor explica que, como uma ideia histórica e culturalmente situada, o que singulariza o entretenimento é que a sua compreensão estabelece a primazia do prazer à frente de qualquer outro objetivo ou função prática, quer seja sagrada, política ou institucional. Dyer explica que o élan do musical, o fascínio das estrelas, a sensualidade da discoteca ou a excitação dos filmes de ação são apenas expressões de como as propriedades formais de cada modalidade específica de entretenimento nos afeta.

Todo entretenimento sustenta e é sustentado por suposições e atitudes em relação ao mundo que, para serem compreendidas, precisam ser encaradas em seus próprios termos. Dyer

(2002, p. 4) sugere que a maneira mais adequada entender uma mídia a partir de seus próprios termos é identificar as implicações ideológicas das próprias qualidades do entretenimento, em vez de procurar desvendar os significados ideológicos ocultos por trás, como se pudessem ser separáveis da fachada do entretenimento.

Apps de busca por parceiros se nutrem a partir de uma compreensão do neoliberal do sujeito na medida em que o projeta como alguém que faz escolhas livres em um ambiente livre de interferências. Conforme tenho argumentado, as ações e interações sociais que se passam nessas redes estão impregnadas pelo repertório cultural do mercado. Mas quais são os impactos que essa organização tem em termos subjetivos?

Ao analisar os contornos das subjetividades neoliberais a partir de sujeitos alocados em posições de empreendedorismo, Christina Scharff (2016) argumenta que, em contraste com o liberalismo clássico, o neoliberalismo não assume automaticamente uma forma empreendedora; em vez disso, os regimes neoliberais desenvolvem práticas institucionais para encenar essa visão. A partir de entrevistas, a autora demonstra como, para se sustentar, a retórica empreendedora precisa recorrer a uma série de outros discursos, muitos dos quais buscam afastar a compreensão de que as adversidades enfrentadas pelos sujeitos resultam da posição de empreendedor.

Em termos subjetivos, Scharff nota que um dos efeitos promovidos pela compreensão neoliberal é que a competição deixa de ser apenas direcionada para o para fora e passa ser também direcionada para o *self*. O resultado é que se passa a atribuir ao indivíduo sozinho a missão de superar as adversidades com as quais se depara, como no caso de Marcos quando comenta sobre a necessidade de autocontrole diante do caráter viciante da tecnologia.

As análises de Scharff oferecem um caminho profícuo para compreender como processos de exclusão estão no cerne da constituição de subjetividades produzidas em posições de empreendedorismo. Para o sujeito empreendedor, a competição se torna autodirigida, por isso, sujeitos empreendedores competem com o *self*, e não apenas com os outros (SCHARFF, 2016, p. 107). Entre meus interlocutores, práticas de exclusão se produzem sobretudo a partir do corpo. Especificamente entre aqueles que estão comprometidos com melhorias corporais e na autoimagem por meio de exercícios físicos e cuidados estéticos, a posição empreendedora se apresenta com maior nitidez na forma como gerenciam o próprio corpo.

Em uma de nossas conversas, Renan oferece uma explicação:

Pra chegar no corpo que eu quero, eu me cuido pra caramba, faço dieta, me privo de um monte de coisas, deixo de comer coisas gostosas, mas porque eu sei que meu objetivo é manter minha saúde e também definir o meu corpo. Ter um corpo sarado

depende de disciplina nos exercícios e cuidados com a alimentação. Não adianta o cara achar que vai na academia duas vezes por semana e tá tudo certo. [...] Às vezes, eu to no aplicativo e vem uns caras nada a ver puxando assunto querendo ver se rola alguma coisa. Se o cara não se cuida também eu dispenso logo de cara. (Trecho transcrito a partir de mensagem de texto enviada por Whatsapp).

Em sua pesquisa sobre o *fitness* e as academias de ginástica na Argentina e da Espanha, a Maria Inés Landa (2009) descreve os contornos desses locais como espaços de criação de subjetividades:

[As] práticas, narrativas e espaços do *Fitness* induzem modos de olhar, agir e ser, mas devemos notar que para os sujeitos se tornarem visíveis e terem existência social nesses cenários espetaculares e corporais devem se inscrever sob as normas e regras prescritivas contidas nessas tecnologias textuais, espaciais e subjetivas que pertencem a este universo moral. E, nesse sentido, essas tecnologias trabalham em relação a duas figuras: o desviante e o normal (como modelo, estereótipo e encarnação de todas as prescrições). O desviante, finalmente, todos nós podemos ser (o flácido, o obeso, o velho, o feio, o “muito” magro) (LANDA, 2009; s.p.).

As ponderações feitas por esta socióloga argentina podem ser colocadas em continuidade com as observações que Scharff faz a respeito das subjetividades produzidas em posições de empreendedorismo. Assim, uma vez que o indivíduo é visto simultaneamente como causa e consequência de seu próprio sucesso ou da sua ruína, sujeitos empreendedores tendem a empregar ferramentas retóricas para rejeitar aqueles que não são empreendedores (cf. SCHARFF, 2016, p. 117). Ao falar sobre autocontrole que os cuidados com o corpo demandam, Renan oferece um bom exemplo de como essa dinâmica se enquadra no contexto da busca por parceiros online. Além disso, a fala deste interlocutor traz elementos que indicam como o autogerenciamento do corpo encarado como empreendimento se produz atravessado por dinâmicas de poder e por relações de gênero, raciais e de classe sociais.

Tal como ocorre com os sujeitos empreendedores entrevistados por Scharff, em meu campo estão relativamente ausentes discursos em torno de perspectivas políticas que destacam a necessidade de mudança social, por exemplo. “O impacto das forças socioeconômicas é negado e o bem-estar é apresentado como realizável por meio do autogerenciamento apropriado” (SCHARFF, 2016, p.114). Uma vez que estão voltados para dentro, os desejos de mudança são direcionados para longe da esfera sócio-política, de tal modo que a crítica social se converte em autocrítica, resultando em uma prevalência da insegurança e de ansiedade (idem, p. 115).

A mesma relação se expressa a partir da maneira como os sujeitos passam a responsabilizar uns aos outros ou a si próprios pelas contingências que os cercam. Assim, os “caras interessantes” estão distantes, os “desinteressantes” soam como mal resolvidos com a

própria sexualidade e as pessoas não possuem uma aparência mais atraente simplesmente porque não se dedicam a isso com o esforço adequado. A solução é que os indivíduos devem se movimentar em busca por parceiros mais adequados e dispostos a relações afetivas. O problema é percebido, delimitado e resolvido (quando possível) em termos individuais e nunca percebido como resultado de uma ordem social.

Um exemplo a esse respeito pode ser extraído do relato do Tales, que depois de ser descartado em uma entrevista de emprego, se culpou por ser “bicha demais para a função”, que exigiria o contato direto com clientes da empresa. Para Tales, reconhecer que se tratava de um ambiente familiar bastou como justificativa para não ter sido contratado.

Centrada no indivíduo, a posição empreendedora se produz gerenciando a vida a partir de oportunidades e restrições, quer dizer, ela está orientada para a maximização dos benefícios e a minimização dos prejuízos, de tal modo que o sujeito empreendedor passa a ser percebido como o único responsável pelo seu sucesso ou fracasso.

O empreendedorismo emocional atua em um campo de abundância imaginada, posto que, de fato, as opções concretas já mostraram que não são tão amplas como o número de usuários escritos pode sugerir. Para “se dar bem” nesse universo de ofertas, é preciso acionar lógicas organizativas, racionalizando a busca e organizando o tempo para que se faça o melhor investimento. Acumular capital sexual pode capitalizar experiências que permitirão que se tenha mais sucesso e, desejavelmente, menos sofrimento em um mercado competitivo que exige que se demonstre diversas habilidades emocionais. Entre estas, saber lidar com relações flexíveis, nas quais os termos fluidos escapam e confundem os agentes, exigindo, por outro lado, processos reflexivos que podem fomentar a ideia de uma individualidade autônoma, que não só dificulta os vínculos duradouros como pode levar à autoatribuição pelo fracasso (PELÚCIO, 2018, p. 193).

A homossexualidade está historicamente associada àqueles que não tem lugar (FOUCAULT, 1997). Em termos específicos, arrisco-me a dizer que meus interlocutores são sujeitos que estão desterritorializados pela sua própria história. Neste sentido, pode-se entender que as interfaces dos aplicativos oferecem um espaço de territorialização para esses sujeitos à medida em que lhes apresentam caminhos, uma rede circulatória, pelos quais podem se guiar estabelecendo relações intersubjetivas em busca de novas oportunidades.

Michel de Certeau (1998, p. 201) nos lembra que todo relato é uma prática de espaço e são as narrativas que vão “[...] precisar as formas elementares das práticas organizadoras do espaço: a bipolaridade mapa e percurso, os processos de delimitação ou de limitação e as focalizações enunciativas”. Em termos históricos, desde o século XVIII o mapa gera um espaço que é discursivo e prático, pois diferente dos mapas medievais, fundada na disposição de objetos pelo espaço, os mapas modernos operam indicando caminhos. Em sua versão online,

mapas são como tutoriais, à medida que empregam procedimentos técnicos de otimização (menor tempo e menor distância) para indicar um itinerário para o sujeito.

Em um sentido metafórico, plataformas de busca por parceiros se apresentam aos usuários também como uma espécie de mapa moderno para as relações sociais, como um tutorial que indica caminhos pelos quais as interações sociais devem seguir. Plataformas de relacionamento online alteram as condições da interação e, ao fazê-lo, deslocam os procedimentos que regem o contato. Online, a agência se produz condicionada sob outros limites. Ao criar novos procedimentos para as interações e ao permitir novos agenciamentos subjetivos, as plataformas também encenam novas visões de mundo. É nisso que consiste a educação subjetiva das mídias digitais.

As falas de Ronaldo, Elder, Emerson e Marcos, com as quais iniciei este subcapítulo, mostram como os sujeitos agenciam os deslocamentos na interação aderindo ou rejeitando os deslocamentos nos procedimentos de interação com os quais se deparam nos aplicativos. Assim, enquanto para Emerson expor a nudez é parte dos procedimentos percebidos como legítimos na interação online, em contraposição, para Marcos e Ronaldo enviar imagens expondo a própria nudez chega a soar como uma ideia como absurda.

Estudando a busca por parceiros em plataformas predominantemente voltadas para heterossexuais, Illouz (2013) argumenta que nas interações mediadas por plataformas online,

a ordem em que as interações românticas são tradicionalmente conduzidas se inverte: se a atração costuma preceder o conhecimento de outra pessoa, na rede o conhecimento precede a atração, ou, pelo menos, a presença física e a corporalização das interações românticas. Na situação vigente na internet, primeiro as pessoas são apreendidas como um conjunto de atributos, e só depois apreendem – em etapas gradativas – a presença corpórea do outro (ILLOUZ, 2011, p. 279).

Arrisco-me a dizer que as plataformas online de busca por parceiros para homens gays possuem outras especificidades. Com base em fontes sociológicas, históricas e culturais, pode-se afirmar que a busca por estranhos dispostos a se engajar em uma atividade sexual, chamada de paquera ou *cruising*, se constitui como uma prática estratégica para homens que buscam parceiros do mesmo sexo produzida em resposta às condições estigmáticas que os cercam (MISSE, 2007, PERLONGHER, 2008; HUMPHREYS, 2008; MOWLABOCUS, 2009, MISKOLCI, 2017).

As plataformas de busca por parceiros para homens gays encarnam parte dessa história e, por isso, são marcadas por um tipo de busca abertamente guiada em torno do sexo sem compromisso e pela busca por encontros casuais. Produzida fora dos marcos culturais do ideal romântico, nessas redes são centradas nos atributos corporais. O corpo é o primeiro elemento

apreendido e, apenas depois, as pessoas gradativamente apreendem a presença subjetiva do outro. O aplicativo cria um ambiente amigável que oferecem os procedimentos culturais e técnicos necessários para legitimar essas práticas.

Em contraste com as plataformas online para homens gays, sites e aplicativos de relacionamento predominantemente voltados para pessoas heterossexuais enfatizam mais o repertório cultural do amor romântico do que o da sexualidade. Conforme mostram as pesquisas de Beleli (2015) e de Pelúcio (2018), plataformas de relacionamentos predominantemente voltadas para heterossexuais tendem a ser apresentados pela publicidade e reconhecido pelos sujeitos como “sites de namoro”. Em contrapartida, entre meus interlocutores, os Apps são frequentemente descritos como “Apps de pegação”. Esta observação é reiterada por descrições e análises produzidas por outros pesquisadores que se debruçaram sobre o uso dos mesmos apps em diferentes contextos (GADELHA, 2015; ROSA, 2017).

De modo algum quero afirmar que atos sexuais e o ideário da cultura romântica estão completamente dissociados no contexto dos Apps para homens gays. Aliás, em sua análise sobre o estatuto da narrativa romântica na modernidade contemporânea, Illouz resume bem essa questão ao afirmar que “o sexo é o papel cor-de-rosa que envolve a história de amor” (2014, p. 50). Para a socióloga marroquina, sob a nova cultura de autonomia sexual, é a fantasia do amor total que se produz sem ser mencionada e não as fantasias sexuais.

Os usos sociais dos Apps se apoiam em visões de mundo específicas que sustentam as formas culturais pelas quais o uso se estabelece. Essas visões de mundo, que podemos também chamar de cultura, endossam os usos sociais que os sujeitos fazem de uma mídia específica. Dito de outro modo, não é apenas porque o aplicativo enfatiza a dimensão sexual que os sujeitos buscam sexo, aliás, muitos buscam se esforçam para se desligar dessa imagem sexualizada. Entretanto, à medida em que buscam se desvincular do sexo os sujeitos também reiteram a presença do sexo como um tropo importante sob o qual as interações estão organizadas.

Abrigar redes digitais formadas por pares reunidos em torno de afinidades em comum é a principal característica de uma plataforma de relacionamento online.

Os protocolos guiam os caminhos dos usuários que a rede prefere, impõe uma lógica hegemônica sobre uma prática mediada socialmente. No entanto, os usuários também podem subverter e resistir a essa lógica. [...] O controle protocológico dos proprietários da plataforma muitas vezes enfrenta resistência protocológica por parte de alguns usuários que a desafiam (VAN DIJCK, 2016, p. 58).

Embora as empresas se esforcem para manter controle sobre as interações dos usuários não é raro que os usuários encontrem meios para driblar as restrições que os cercam. Um exemplo dessa operação pode ser extraído observando o percurso de um grupo no Facebook.

Formado exclusivamente por jovens, em sua maioria jovens, este grupo se especializou em torno do envio de imagens de nudez dos próprios integrantes, as chamadas “nudes”. Com algumas dezenas de milhares de integrantes, todos os dias, um incontável número de pessoas postava imagens retratando a própria nudez, prática que viola os termos de uso da plataforma.

Para driblar as restrições impostas pelo Facebook em torno da circulação de pornografia, em vez de carregar as fotografias na plataforma, o que permitiria a identificação do conteúdo pornográfico por algoritmos especializados no reconhecimento de imagens, os usuários compartilhava no grupo apenas um *link* que dava acesso ao conteúdo a partir de outra plataforma de armazenamento de imagens, com normas mais brandas em relação à pornografia. Em 2019, após o aperfeiçoamento de algoritmos especializados na detecção de conteúdos considerados impróprios, o Facebook identificou as práticas que ocorriam no grupo, que prontamente foi bloqueado.

Embora os aplicativos para homens gays não permitam a exibição de imagens contendo nudez na parte pública do perfil, não existem restrições sobre a troca conteúdos desse tipo nas interações entre os usuários. Desse modo, os apps consolidam a imagem que os associa como um local seguro para interações sexuais e para a troca desses conteúdos relacionados a esse propósito. As interações que ocorrem entre os sujeitos nas interfaces do aplicativo parecem seguir um roteiro, conforme Ronaldo explica:

Tem sempre aquele roteiro que você já sabe: o cara começa com um “oi” ou “e ai, blza?” [beleza], “quer trocar uma ideia” e tal. Daí ele vai te perguntar do quê você tá a fim ou o que tá procurando. E quando é você quem pergunta o outro diz: “tô vendo o que rola”. As pessoas ficam se testando. Mas o lance é a foto. Se você mandar o rosto o cara vai pedir nude e se você mandar nude logo de cara a pessoa te vai pedir foto de rosto. Eu acho que dependendo da foto que você manda a conversa muda, tá ligado? (Trecho transcrito a partir de mensagem de texto enviada por Whatsapp).

Ao criar um procedimento para interação em torno da busca por parceiros esses aplicativos também produzem um espaço propício para a fruição sexual, o que inclui um procedimento para a interação. Niklas Luhmann (1980), define procedimentos como sistemas de ação por meio dos quais os destinatários das decisões judiciais aprendem a aceitar previamente uma decisão futura, sem contestá-la, ainda que lhe seja desfavorável. Em contrapartida, sociólogo do direito explica que a legitimidade se traduz em uma “disposição generalizada para aceitar decisões de conteúdo ainda não definido, dentro de certos limites de tolerância” (1980, p. 30). Nesse sentido, a legitimidade deve ser entendida a partir da distinção entre a aceitação de premissas de decisão e a aceitação da própria decisão. Para Luhmann a

força motriz do procedimento é a incerteza quanto aos resultados que serão alcançados, de tal modo o procedimento se torna a força impulsionadora para alcançar o efeito de legitimação.

Se entendermos que a racionalização se assenta no cálculo estratégico e se expressa na estruturação de processos, na compartimentação de atividades, com efeitos sobre a organização e a subjetividade, então podemos afirmar que os aplicativos de busca por parceiros também introduzem um elemento de racionalização nas interações sociais (Weber, 2004). Essa presença também produz mediando distâncias entre os sujeitos em espelhamento a distância se estabelece na relação entre sujeito e objeto. Compreendidos nesses termos, os Apps constituem um objeto profícuo para reflexões sociológicas sobre como aspectos da subjetividade humana (e não apenas mercadorias) são elaboradas a partir de processos de racionalização.

Meus interlocutores percebem e respondem de diferentes maneiras ao processo de racionalização ao qual estão sujeitos nas interações intersubjetivas que se estabelecem no App. A distância molda as relações intersubjetivas na busca por parceiros para encontro sexuais e as formas dos usos envolvem contingências, decisões individuais (local de acesso, horário, quanto mostrar sobre si), de tal modo que a ação dos sujeitos não se ajusta apenas à aos atributos da tecnologia, mas também responde ao contexto local onde o uso se dá.

As mídias geoconectivas constroem um espaço interativo para os usuários oferecendo os meios para que os sujeitos construam a si próprios a partir do enquadramento em um perfil online. Plataformas digitais de relacionamento criam um procedimento na medida em que colocam à disposição do sujeito um sistema de ações do qual pode lançar mão para estabelecer a interação com outros usuários. Se, inspirados pelo raciocínio luhmanniano, considerarmos que procedimentos fundamentam a legitimação, na medida em que o procedimento oferece os recursos e um roteiro para as interações, então, pode-se dizer que os serviços comerciais de busca por parceiros contribuem para legitimar as práticas sociais que se dão através de suas interfaces.

Em sua forma atual, existe uma característica de entrelaçamento convergente entre as plataformas, que passaram a ser emuladas umas a partir das outras. Em resumo, o que quero reiterar é que os atributos de uma tecnologia moldam os conteúdos e as formas de uso que dela são apreendidas.

Apps para homens gays enredam modos de comunicação de gênero na medida em que reiteram maneiras de ser e posturas corporais sob uma performance que congrega uma ética e uma estética sobre como ser gay. No caso aqui debatido, os limites dessas plataformas estão circunscritos em torno da interação, com ênfase no desejo homossexual como núcleo da relação.

Opa! Tudo certo?

Então, desde o lançamento, em 2009, o Grindr se tornou a maior rede social para conectar pessoas gays, bi, trans e queer no mundo inteiro. Temos milhões de usuários diários que usam a plataforma baseada em geolocalização e conversar com quem está por perto ou em quase todos os países, nos quatro cantos do planeta. E não acaba por aí não, viu?

Hoje, o Grindr representa não só um app para diversão. Estamos sempre buscando agregar à comunidade LGBTQ, através da nossa expansão para outras plataformas. Abordando desde questões sociais a conteúdo original, continuamos a mostrar caminhos inovadores com um impacto significativo para nossa comunidade. Criamos um espaço seguro, onde você pode se conectar com pessoas ao redor do mundo e navegar em infinitas possibilidades.

E aí, bora se conectar? (Texto de apresentação do aplicativo Grindr. Fonte: <<https://www.grindr.com/br/about/>>).

Estabelecendo um paralelo com os argumentos de Boyd, para os meus interlocutores habitantes das zonas rurais e das cidades menores, as plataformas de busca por parceiros são usadas principalmente para desempenhar práticas que não seriam convencionalmente desempenhadas fora dos Apps. E, uma vez que as propriedades dessas redes reconfiguram as práticas e as interações sociais de uma maneira diferente do que ocorre nas relações face a face, esses sujeitos agenciam seus desejos em meio às dinâmicas resultantes da relação com a interface. Também estou tentado a dizer que, ao mesmo tempo que aprenderam a usar as mídias digitais, meus interlocutores passaram a produzir estratégias poderosas para lidar complexidade e os inconvenientes sociais inerentes a essas redes - como ser identificado e ter a sua imagem associada à homossexualidade de maneira estigmática.

Por caminhos diferentes, as relações presentes em meu campo mostram outro conjunto de condições pelas quais as novas tecnologias redefinem a vida pública, mas que exige do sujeito uma postura de controle ativo sobre a situação social. Ter controle sobre a situação social demanda do sujeito um conhecimento profundo sobre as normas sociais e, no limite, sobre a cultura. O controle sobre os padrões sociais de exposição nos aplicativos são especialmente reveladores a esse respeito. São práticas que podem revelar contextos sociais tomados pela instrumentalização dos parceiros de interação ou, ainda, como os sujeitos que participam desses contextos podem pautar suas ações por um imaginário ideológico no qual o afastamento do reconhecimento é negado.

Os processos de reconhecimento colocados por Honneth e Butler são uma parte da formação dos quadros da experiência social. Sob a ótica dos aplicativos é possível elucidar as reificações que formam as experiências. Assim como, os processos de pertencimento não são sequenciais, mas estão conectados a uma série de contextos, a reificação é parte da experiência que coloca uma forma de ser e estar no mundo, fazendo com que os sujeitos, muitas vezes, se desencaixem das relações de interação (HONNETH, 2008b).

Embora parta de uma proposta centrada na teoria crítica de caráter normativo, a interpretação de Honneth para os processos sociais reificantes - nas relações dos sujeitos com o mundo a sua volta - permite uma aproximação com as dinâmicas sociais observadas em campo.

Ao o esquecimento como parte do processo no qual os sujeitos deixam de lado parte do que foi apreendido, especialmente enquanto reconhecimento, a reificação gera contextos em que os objetivos comportamentais e sociais dos sujeitos não aconteçam, em detrimento a compreensões estereotipadas e comportamentos que acabam por expressar a perda da consciência de seu reconhecimento.

Nesse sentido, se o central da reflexão sobre reificação reside em um esquecimento do reconhecimento, compreendemos que os aplicativos se dão num duplo processo de fortalecimento de comportamentos sociais estereotipados, assim como um apagamento do reconhecimento que coloca amor, dinheiro e sustentabilidade como base das relações possíveis.

Na medida em que em nossos atos cognitivos nós perdemos de vista o fato de que estes atos devem sua existência à nossa tomada anterior de uma instância de reconhecimento, desenvolvemos uma tendência a perceber outras pessoas como meros objetos insensíveis. Ao falar aqui de meros objetos ou “coisas”, eu digo que neste tipo de amnésia nós perdemos a habilidade para entender imediatamente as expressões comportamentais de outras pessoas como demandas que nos são apresentadas. (HONNETH, 2008a, p. 57-58).

Dessa forma, retomando a hipótese de que os aplicativos geram um procedimento para as interações sociais e, ao fazê-lo legitimam as práticas que engendram, pode-se acrescentar a compreensão de que, assim como ocorre com as interfaces, as subjetividades e os procedimentos adotados para as interações intersubjetivas são também socialmente modelados e deslocadas pelos usos, na medida em que as formas de interação aqui empreendidas são instrumentalizadas para a busca por parceiros dentro de um conjunto de normas previamente estabelecidas e reforçadas. Uma vez que é a partir da materialidade das interfaces que os sujeitos se reconhecem, ao gerar um procedimento para as relações intersubjetivas, os aplicativos também se constituem como fragmentos materializados da subjetividade. É nesse jogo que estamos inseridos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para compreender como a busca por parceiros no contexto do interior paulista se adéqua à tecnologia dos aplicativos, explorei a maneira como determinada tecnologia se insere em uma experiência social específica, a saber, de homens nascidos entre as décadas de 1975 e 2000, que vivem na região circunscrita pelo recorte de pesquisa, e que fazem uso desses serviços digitais.

Vimos que a busca por parceiros não ocorre em um vácuo cultural, mas que se produz articulada a um vasto conjunto de elementos socioculturais historicamente situados. Os encontros fortuitos, os segredos e as estratégias que permeiam a busca por parceiros reforçam a compreensão de que a tecnologia não “faz coisas” por si só. Ao contrário, como mostrei, as pessoas usam a tecnologia para atividades com as quais elas já estão envolvidas. No caso da busca por parceiros, pode-se afirmar que os aplicativos figuram uma solução provisória e imperfeita para um contexto de restrição ou de hostilidade às expressões do desejo entre pessoas do mesmo sexo.

Os aplicativos não resolvem os problemas que os sujeitos enfrentam no seu cotidiano, mas os deslocam. Por vezes, as condições tecnológicas criam oportunidades, como no caso de Rafael, mas também geram consequências com as quais os sujeitos são forçados a lidar. Espero ter deixado suficientemente explícito que a tecnologia não cria a busca por parceiros ou o sexo casual, mas que inscreve essas práticas num contexto mediado pela tecnologia.

Mais do que um mero ambiente gráfico, a interface do App se constitui como um aparato tecnocultural para o qual convergem compreensões culturais e expectativas sociais. Afirmo que as interações online deslocam os limites que condicionam a agência. Plataformas geoconectivas reconfiguram tempo e espaço no interior de um ambiente gráfico e, à medida em que geram novos procedimentos para as interações, permitem novos agenciamentos intersubjetivos.

Como prática institucionalizada, ferramentas de relacionamento atuam encenando visões de mundo. Se num primeiro momento a busca por parceiros através de anúncios foi presumida como um sinal de instabilidade mental, atualmente, a possibilidade de escrutinar parceiros potenciais nas proximidades não parece apenas naturalizada, mas também desejável. Os aplicativos não sugerem apenas um deslocamento de caráter quantitativo nas relações. O que se verifica são as maneiras pelas quais mudanças quantitativas no interior do mercado de parceiros figuram como elemento central para a produção de mudanças qualitativas nas relações.

As interfaces das plataformas de busca por parceiros são sustentadas por retóricas que colocam o sujeito e seu desejo no epicentro da procura, o que acaba lhe conferindo uma sensação de autonomia e liberdade. Isto porque, nas redes de busca por parceiros online, o sujeito é convidado a assumir uma posição de gerenciamento e controle sobre a vida íntima, o que também implica em ter de lidar com os efeitos dessa posição.

Aplicativos para gays projetam o homem como emblema da relação sexual. Na interface gráfica, categorias, imagens e mensagens sociais são articuladas mediante procedimentos para a interação que, por sua vez, acabam por se converter nos termos para o reconhecimento dos sujeitos. Além disso, o sujeito é direcionado para uma posição de controle sobre a própria vida afetiva e sexual, o que também o coloca como responsável pelo sucesso ou fracasso nas relações.

No contexto da pesquisa, marcado por diferentes ritmos e temporalidades, a busca por parceiros online abre uma janela para a possibilidade intensificação e de aceleração das relações. A instantaneidade não é apenas parte do estandarte das startups, mas também está no centro das convenções que guiam as interações na busca por parceiros. Autocentrado e preocupado com sua autorrealização, a rede provê ao sujeito a sensação de horizontalidade, de estar entre pares. Entretanto, pode-se argumentar que a impressão de horizontalidade propiciada pela interface mascara a hierarquia e as classificações que dão um relevo à rede.

Plataformas de busca por parceiros também se constituem como tutoriais que servem para guiar as interações sociais. Mais do que simplesmente um conjunto de regras e normas das quais os sujeitos se apropriam, os procedimentos gerados pelas plataformas digitais explicitam um conjunto de regras que são moldadas nas relações. Nas interfaces dos Apps, dinâmicas de poder expressas em relações de gênero, raciais e de classes sociais são moldadas por uma retórica centrada no indivíduo. Por isso, não é incomum que os sujeitos expressem suas preferências como uma mera “questão de gosto”.

Reconstruí as interações entre os sujeitos tomando como pano-de-fundo um conjunto de problemáticas que estão circunscritas ao contexto das pequenas comunidades rurais e sua conexão com as cidades maiores, sem deixar de fora as imagens culturais sobre a sexualidade mobilizadas na retórica dos aplicativos. Ainda que emergja como categoria êmica, a pornografia não pode ser dissociada do sentido comercial do termo. O imaginário da pornografia não diz respeito apenas às imagens consolidadas sobre sexo, mas, sobretudo, ao imaginário do pornô gay.

Sistemas de significação não são fechados, mas estão sujeitos à apropriação. Mostrei que termos como “cowboys” e “cowbichas” são formas de apropriação que refletem

significados e hierarquias locais, mas que também podem ser convertidos em ferramentas políticas. O humor e a ironia são estratégias discursivas que permitem um tipo de afirmação subliminar de posições contestatórias que não podem ser explícitas de forma direta.

Ao posicionar as relações sob a retórica do entretenimento, os aplicativos de busca por parceiros borram as linhas que separam ficção e realidade, informação e entretenimento, desejo e gozo. Em parte, esse borramento permite compreender os diferentes caminhos que conduzem meus interlocutores na busca por um tipo de reconhecimento mediado pela pornografia. Trocar imagens de nudez entre pares ou publicá-las em um repositório acessível a desconhecidos é também uma forma pela qual o sujeito pode ser reconhecido, ainda que em termos midiáticos.

As relações abordadas ao longo desta tese remetem a maneira como os sujeitos se apropriam e racionalizam regras e normas sociais. As interações não estão circunscritas exclusivamente aos limites de uma única plataforma. Conectados ao universo difuso da internet, os sujeitos estabelecem extrapolem os aplicativos e incluem lugares, pessoas, outras tecnologias e plataformas de relacionamento. A metáfora da rede é uma representação gráfica que busca atribuir uma morfologia para os contatos e os vínculos sociais e, portanto, deve ser compreendida como um constructo produzido a partir de um recorte das relações.

Mirando os usos e os contextos em que o uso se dá, apresentei e analisei um conjunto de práticas específicas que se configuram na interatividade entre usuários - sujeitos situados em contextos - e uma interface específica: a dos aplicativos geolocalivos de busca por parceiros para homens gays. Mais do que uma estética para as relações, as interfaces dos Apps suscitam uma ética. Ao retomar as práticas que se dão por entre as interfaces, as convicções dos sujeitos com quem interagi e manteve contato podem ser facilmente aproximadas daquilo que Maria Elvira Díaz-Benitez (2010, p.215) chamou de ética do instante: “um estilo de vida definido pela errância das relações, das vivências e de muitas emoções, o que poderia ser resumido no termo ficar”. Constituinte dos ritmos vertiginosos de seus percursos, a ética do instante combina com a posição empreendedora na qual os sujeitos estão alocados. São “mercado-lógicas” que se estendem para a vida, daí o aspecto reificante.

Ao materializar o App como um “facilitador” para as relações, as startups estenderam sua visão sobre a forma de se relacionar para outros segmentos sociais tornando possível a constituição de circuitos e de redes de interação em lugares antes impensáveis, como é o caso das comunidades rurais.

Conforme vimos, as mudanças que ocorrem nas interfaces gráficas das plataformas não afetam a sua lógica de uso socialmente cristalizada. Alocados numa posição de empreendedorismo emocional, meus interlocutores revelam os efeitos subjetivos da plataforma,

que são percebidos desde as lógicas de racionalização, mas também se evidenciam nas lógicas de reificação. Nesse contexto, o bem-estar é apresentado como realizável por meio do autogerenciamento apropriado.

Para resumir essa nova economia de sentidos, inspirado por Roy Wagner (2010) e seu diálogo com o poeta Rainer Maria Rilke, sinto-me tentado a dizer que os aplicativos “usam” as pessoas, assim como os brinquedos “brincam com” as crianças e as armas nos incitam à batalha. Plataformas de busca por parceiros podem também ser compreendidas como mapas contemporâneos, como tutoriais que orientam as relações sociais. Como espero ter deixado suficientemente explícito, online, os limites da agência são deslocados porque respondem a outras contingências.

A relação entre tecnologias e desejo se produz em meio a contestações, controvérsias e disputas em torno de idéias, valores e crenças sobre como as relações deveriam e/ou poderiam ser. A vinculação entre a busca por parceiros e tecnologias digitais resulta de uma gama de interesses políticos, econômicos, industriais, acadêmicos e nacionais.

Este trabalho reconhece a existência de aspectos subjetivos que estão acima e além do contexto do sujeito e de seu ambiente de aprendizado imediato. Isso inclui também o reconhecimento da ligação entre a experiência microsocial e os vários sistemas de nível “macro” da sociedade, como a economia global, os mercados de trabalho e as instituições políticas e culturais. Da mesma forma, o ato de aprender deve ser entendido como estando entrelaçado com muitas outras estratificações da vida social, como antecedentes familiares, circunstâncias socioeconômicas, renda, gênero, raça e classe.

Distinguir entre os aspectos “técnicos” e “sociais” dos Apps também se relaciona com a forma como definimos a noção de “tecnologia”. Por isso, busquei articular a tecnologia e a subjetividade com atenção especial ao mundo social almejando avançar além dos sentidos e dos aspectos meramente técnicos envolvidos na busca por parceiros online.

Não se trata apenas de entender as relações entre as mídias digitais e a subjetividade tomando a utilização do digital como um simples conjunto de ferramentas tecnológicas que podem facilitar as relações entre homens num ambiente repleto de contingências. O digital está envolvido em todo o processo de socialidade de um contexto conectado de tal maneira que coloca em xeque até mesmo os binarismos como, por exemplo, “dentro” e “fora do App”. O digital se insere nas malhas de nossa vida cotidiana, alterando nossas relações, e a própria compreensão que temos de nós mesmos.

Pode-se afirmar que a rede passou a ser definida também pela capacidade de arquivar, organizar e apresentar dados de forma personalizada para os usuários, tendo como base a

organização, pela máquina, de nossas pegadas digitais deixadas em rede. Aquilo que acessamos, os espaços que frequentamos, o conteúdo que compartilhamos - mesmo de maneira privada e para círculos restritos de pessoas - são informações que, até então, eram vistas como banais, mas que se converteram em dados passíveis de serem computados.

Conectadas em rede, as mídias digitais permitem que as pessoas se juntem, combinem espaços offline de encontro, troquem experiências, façam circular repertórios culturais diversos que podem, inclusive, expandir horizontes aspiracionais e de desejo. Online, circulam repertórios de compreensão da realidade que servem para lidar com questões cotidianas, promover manifestações coletivas e organização política frente a situações, inclusive, de insuficiência do Estado e de políticas públicas.

Os procedimentos para as interações digitalmente mediadas permitem novos agenciamentos subjetivos e, ao fazê-lo também encenam outras - por vezes novas - visões de mundo. Nesse sentido, a educação subjetiva das mídias digitais se produz entrelaçada à criação de novos procedimentos para as interações. Ao permitirem novos agenciamentos subjetivos, as plataformas reiteram compreensões que os sujeitos fazem sobre si e sobre o mundo a sua volta. É nisso que consiste a educação subjetiva das mídias digitais.

REFERÊNCIAS

- ADELMAN, Miriam; FRANCO, César Bueno; PIRES, Andressa Fontana. Ruralidades atravessadas: jovens do meio campeiro e narrativas sobre o Eu e o(s) Outro(s) nas redes sociais. **Cad. Pagu**, Campinas, n. 44, Jun. 2015, p. 141-170. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1809-4449201500440141>>. Acesso em: 20 Jan. 2019.
- AHLM, Jody. Respectable promiscuity: Digital cruising in an era of queer liberalism. **Sexualities**, v. 20, n. 3, 2016, p. 364-379. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1363460716665783>>. Acesso em: 14 Nov. 2017.
- AHMED, Sara. **The Cultural Politics of Emotion**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004.
- ALVAREZ, Illana Lopes. Eles na pele delas: dilemas acerca do aplicativo Lulu. **Revista Florestan Fernandes**, v. 4, n. 6, 2017, p. 49-69. Disponível em: <<http://www.revistaflorestan.ufscar.br/index.php/Florestan/article/view/179>>. Acesso em: 10 dez. 2017.
- ANDERSON, Benedict R. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. Tradução: Denise Bottman. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- APPADURAI, Arjun. **Dimensões culturais da globalização: A modernidade sem peias**. Lisboa: Teorema, 2004.
- ATIQUE, Adrian. **Digital Media and Society: an introduction**. 1. ed. Cambridge: Polity Press, 2013.
- BACK, Les. **The Art of Listening**. Oxford: Berg, 2007.
- BAKARDJIEVA, Maria. **Internet Society - the Internet in everyday life**. Londres: SAGE Publications, 2005.
- BARAD, Karen. Posthumanist performativity: Toward an understanding of how matter comes to matter. **Signs**, v. 28, n. 3, 2003, p. 801-831. Disponível em: <<https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/345321>>. Acesso em: 20 Jan. 2019.
- BARNES, J. A. Class and Committees in a Norwegian Island Parish. **Human Relations** v. 7, n. 1, 1954, p. 39-58. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/001872675400700102>>. Acesso em: 05 Ago. 2018.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BAYM, Nancy K. **Personal Connections in the Digital Age**. Cambridge: Polity Press, 2010.
- BEER, David G.; BURROWS, Roger J.. Rethinking Space: Urban Informatics and the Sociological Imagination. In: ORTON-JOHNSON, Kate; PRIOR, Nick. (Eds.). **Digital Sociology: critical perspectives**. Londres: Palgrave Macmillan, 2013, p. 61-78.

BECKER, Howard S.. **Outsiders**. Estudos de sociologia do desvio. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BELELI, Iara. O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais. **Cad. Pagu**, Campinas, SP, n. 44, Jun. 2015, p. 91-114. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8637321/5037>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

BERLANT, Laurent; WARNER, Michael. Sexo em público. In: JIMÉNEZ, Rafael (Ed.). **Sexualidades transgressoras**. Barcelona: Içaria, 2002, p. 229-257.

BOELLSTORFF, Tom. **Coming of Age in Second Life**. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008.

BONAFANTE, Gleiton. **Erótica dos signos em aplicativos de pegação**. Luminária Acadêmica, 2016.

BOYD, Danah. Sexing the Internet: Reflections on the role of identification in online communities. Apresentado na conferência **Sexualities, Medias, Technologies**, 21.-22. 6. 2001 na University of Surrey. Disponível em: <<http://www.danah.org/papers/SexingTheInternet.conference.pdf>>. Acesso em: 1 mar. 2015.

_____. **It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens**. New Haven, CT: Yale University Press, 2014.

BREKHUS, Wayne. **Peacocks, Chameleons, Centaurs: Gay Suburbia and the Grammar of Social Identity**. Chicago: University of Chicago Press, 2003.

BURKE,, Nathaniel B.. Straight-acting: gay pornography, heterosexuality, and hegemonic masculinity. **Porn Studies**, v. 3, n. 3, 2016, p. 238-254. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/23268743.2016.1196117>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

BURRELL, Jenna. The field site as a network: a strategy for locating ethnographic research. **Field Methods**, v. 21, n. 2, 2009, p. 181-199. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1525822X08329699>>. Acesso em: 9 Jul. 2018.

_____. Thinking relationally about digital inequality in rural regions of the U.S.. **First Monday**, jun. 2018, [s.p.]. Disponível em: <<https://doi.org/10.5210/fm.v23i6.8376>>. Acesso em: 22 Mai. 2019.

BUTLER, Judith. **Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto?**. Trad. Sergio Tadeu de Niemeyer Lamarão e Arnaldo Marques Cunha. 1ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

_____. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2.ed. Tradução dos artigos: Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p. 110-127.

CASTELLS, Manuel. **La Ciudad Informacional**. Madrid: Alianza, 1995.

_____. **A Sociedade em rede**. São Paulo, 2 ed, Paz e Terra, 1999.

CARVALHO, Mario Felipe de L.; CARRARA, Sérgio. Ciberativismo Trans: considerações sobre uma nova geração militante. **Contemporanea** - Revista de Comunicação e Cultura, v. 13, n. 2, 2015, p. 382-400. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/13865>>. Acesso em: 12 Mai. 2017.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Trad. Ephaim Ferreira Alves. 3a. ed., Pretópolis: Editora Vozes, 1998.

CEVASCO, Maria Elisa. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CLIFFORD, James. **A experiência etnográfica: antropologia e literatura no século XX**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1998.

COCKS, H. G. Peril in the personals: the dangers and pleasures of classified advertising in early twentieth-century Britain. **Media History**, v. 10, n. 1, 2004, p. 3-16. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/13688800410001673707>>. Acesso em: 10 Ago. 2016.

_____. **Classified: The history of the personal column**. London, England: Random House, 2009.

COOPERSMITH, Jonathan. Pornography, videotape and the Internet. **IEEE Technology and Society Magazine**, v. 19, n. 1, 2000, p. 27–34. Disponível em: <<https://doi.org/10.1109/44.828561>>. Acesso em: 15 mar. 2018.

DEAN, Jodi. Communicative Capitalism. **Cultural Politics**, v. 1, n.1, p.51-74, 2005. Disponível em: <<https://doi.org/10.2752/174321905778054845>>. Acesso em: 24 Fev. 2018.

DE LAURETIS, Teresa. A tecnologia de gênero. In: HOLANDA, Heloisa Buarque de (Org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 206-242.

DE SOUZA E SILVA, Adriana; FRITH, Jordan. Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location in Urban Spaces. **Mobilities**, v. 5, n. 4, 2010, p. 485-505. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/17450101.2010.510332>>. Acesso em: 12 Ago. 2017.

DÍAZ-BENÍTEZ, Maria Elvira. **Nas redes do sexo: os bastidores do pornô brasileiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

DUTTON, William H.. Internet Studies: the foundations of a transformative field. In: DUTTON, W. H. (Org.). **The Handbook of Internet Studies**. UK, Oxford University Press, 2013, p. 1-27.

DYER, Richard. **Only Entertainment**. Londres: Routledge, 2002.

ELIAS, Norbert. **O Processo Civilizador: vol. 2 – Formação do Estado e Civilização**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1939] 1993.

_____; SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os Outsiders**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

FACIOLI, Lara R. R. **Conectadas**: uma análise de práticas de ajuda mútua feminina na era das mídias digitais. 2013. 193 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/6750>>. Acesso em: 13 Ago. 2017.

_____. **Mídias digitais e horizontes de aspiração**: um estudo sobre a comunicação em rede entre mulheres das classes populares brasileiras. 2017. 230f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/8892>>. Acesso em 12 Nov. 2017.

FERREDAY, Debra. Digital Relationships and Feminist Hope. In: ORTON-JOHNSON, Kate; PRIOR, Nick. (Eds.). **Digital Sociology**: critical perspectives. Londres: Palgrave Macmillan, 2013, p. 51-57.

FERREIRA, João Paulo. **Desejos Commodificados**: dos classificadores aos perfis nos aplicativos na busca por parceiros do mesmo sexo. 139 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos. 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/8886>>. Acesso em: 1 dez. 2018.

FINKEL, Eli J. et al. On-line dating: a critical analysis from the perspective of psychological science. **Psychological Science in the Public Interest**, London, Sage, v. 13, n. 1, 2013, p. 3-66. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1529100612436522>>. Acesso em: 20 Jan. 2019.

FISCHER, Claude. **America calling**: a social history of the telephone to 1940. Berkeley: University of California Press, 1992.

FISH, Adam Fish; MURILLO, F. R. Luis; NGUYEN, Lilly; PANOFSKY, Aaron Panofsky; KELTY, Christopher M.. Birds of the Internet. **Journal of Cultural Economy**, v. 4, n. 2, 2011, p. 157-187. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/17530350.2011.563069>>. Acesso em: 20 Mai. 2018.

FONSECA, Claudia. Quando cada caso NÃO é um caso: pesquisa etnográfica e educação. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, ANPED, n. 10, p. 58-78, jan./abr. 1999.

_____. **Família, fofoca e honra** – etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares. Porto Alegre: Editora da Universidade, 2000.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I**: A vontade de saber. São Paulo: Paz & Terra, 2014.

_____. **A História da Loucura na Idade Clássica**. São Paulo: Perspectiva, 1997.

_____. **Nascimento da Biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FRISSEN, Valerie. Gender is Calling: Some Reflections on Past, Present and Future Uses of the Telephone. In R. Gill and K. Grint (Orgs.). **The Gender-Technology Relation**: Contemporary Theory and Research. London: Taylor and Francis, 1995, p.79-94.

FRÖMMING, Urte U. et al. Digital Environments and the Future of Ethnography - An Introduction. In: FRÖMMING Urte U. et al. (Orgs.). **Digital Environments: Ethnographic Perspectives across Global Online and Offline Spaces**. Verlag: Bielefeld, 2017, p.13-22.

GADELHA, Kacyano Barbosa. Para além da “pegação”: performatividade e espacialidade na produção de materialidades sexuais online. **Áskesis** – Revista dxs discentes do Programa de Pós- Graduação em Sociologia da UFSCar, v. 4, n. 1, Jan.-Jul. 2015, p. 56-73. Disponível em: <<http://www.revistaaskesis.ufscar.br/index.php/askesis/article/view/44>>. Acesso em: 20 Mar. 2016.

GALLOWAY, Alexander. **Protocol: how control exists after decentralization**. Cambridge: MIT Press, 2004.

GERSHON, Ilana. Breaking up is hard to do: Media. **Journal of Linguistic Anthropology**, v. 20, n. 2, 2010, p. 389–405. Disponível em: <<https://doi.org/10.1111/j.1548-1395.2010.01076.x>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

GILLMOR, C. Stewart. Stanford, the IBM 650, and the first trials of computer date matching. **IEEE Annals of the History of Computing**, v. 29, 2007, p. 74–80. Disponível em: <<https://doi.org/10.1109/MAHC.2007.13>>. Acesso em 20 Jun. 2018.

GOFFMAN. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 4a ed. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1988.

GRAMSCI, Antonio. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

GREEN, Eileen; SINGLETON, Carrie. Gendering the Digital: The Impact of Gender and Technology Perspectives on the Sociological Imagination. In: ORTON-JOHNSON, Kate; PRIOR, Nick. (Eds.). **Digital Sociology: critical perspectives**. Londres: Palgrave Macmillan, 2013, p. 34-50.

GROSSBERG, Lawrence. Stuart Hall sobre raza y racismo: Estudios Culturais e a prática do contextualismo. In: SULCA, Ricardo S. (Ed.). **Discurso y Poder**. Huancayo-Perú: Editora da Universidad Nacional del Centro de Perú, 2013, p. 259-281.

HALL, Stuart. Race, articulation, and societies structured in dominance. In: United Educational Scientific and Cultural Organization – UNESCO. **Sociological theories: race and colonialism**. Paris: UNESCO, 1980, p. 305-345.

_____. A relevância de Gramsci para o estudo de raça e etnicidade. In: HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003. p. 294-334.

_____. **Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales**. Trad. e Org. RESTREPO, Eduardo; WALSH, Catherine; VICH, Víctor. Instituto de estudios sociales y culturales Pensar. Quito: Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Peruanos, Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador, 2010.

HANNERZ, Ulf. The global ecumene as a network of networks. In: KUPER, Adam (Org.). **Conceptualizing societies**. Londres: Routledge, 1991, p. 34-56.

HARAWAY, Donna.. Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: SILVA, Tomaz T. (Org.). **Antropologia do ciborgue: As vertigens do pós-humano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. London: SAGE Publications, 2000.

HJORTH, Larissa. Domesticating New Media: A Discussion on Locating Mobile Media. In: GOGGIN, G. HJORTH, L. (Orgs.). **Mobile Technologies: From Telecommunications to Media**. New York: Routledge, 2009, p. 143-160.

HJORTH, Larissa. et al. Introduction. In: HJORTH, Larissa et al. (Orgs.). **The Routledge Companion to Digital Ethnography**. Oxford: Taylor & Francis, 2017.

HONNETH, Axel. **Luta por Reconhecimento**. A Gramática Moral dos Conflitos Sociais. São Paulo: Ed.34, 2003.

_____. **Reification**. A new look at an old idea. New York: Oxford University Press, 2008a.

_____. Observações sobre a reificação. **Civitas**, v. 8, n. 1, 2008b, p. 68-79,. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.15448/1984-7289.2008.1.4322>>. Acesso em: 18 Mai. 2017.

HONRUBIA, Alejandro. Antropología de los usos sociales como constitutivos de la 'gente'. Un estudio desde Ortega. **Gazeta de Antropología**, v. 26, n. 1, art. 02, 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10481/6771>>. Acesso em: 20 Dez. 2017.

HOPKINS, Julian. The Concept of Affordances in Digital Media. In: FRIESE, H. et al. (Eds.). **Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten**. Springer Reference Sozialwissenschaften: Springer VS, Wiesbaden, 2016, p. 1-8.

HSU, Wendy. Digital Ethnography Toward Augmented Empiricism: a new methodological framework. **Journal of Digital Humanities**, v. 3, n. 1, 2014, [s/p].

HUMPHREYS. Laud. **Tearoom trade impersonal sex in public places**. New Brunswick: Aldine Transaction, 2008. E-Book. ISBN 0-202-30282-2.

INGOLD, Tim. **Key Debates in Anthropology**. New York: Routledge,1996.

_____. Toward an Ecology of Materials. **Annual Review of Anthropology**, v. 41, n.1, 2012, p. 427–442. Disponível em: <<https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-anthro-081309-145920>>. Acesso em: 20 Jan. 2019.

ILLOUZ, Eva. **Intimidades congeladas** - Las emociones en el capitalismo. Buenos Aires: Katz Editores, 2007.

_____. **O amor nos tempos do capitalismo**. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. E-Book. ISBN 978-85-378-0769-9.

_____. **Erotismo de autoayuda** - Cincuenta sombras de Grey y el nuevo orden romántico. Buenos Aires: Katz Editores, 2014.

JENSEN, Klaus B.. New Media, Old Methods – Internet Methodologies and the Online/Offline Divide. In: COSALVO, Mia; ESS, Charles. (Eds.). **The Handbook of Internet Studies**. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2011, p. 43-58.

KARA, Siddhartha. **Modern Slavery: A Global Perspective**. New York: Columbia University Press, 2017.

KARATZOGIANNI, Athina; KUNTSMAN, Adi. Affective Fabrics of Digital Cultures. In: KARATZOGIANNI, Athina; KUNTSMAN, Adi (Orgs.). **Digital cultures and the politics of emotion**, Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2012, p. 1-17.

KATZ, James. E. Mainstreamed Mobiles in Daily Life: Perspectives and Prospects. In: J. E. Katz (org.) **Handbook of Mobile Communication Studies**. Cambridge, Massachusetts: MIT, 2008, p. 433-445.

KURASHIGE, Keith Diego. **Desejos à margem**: fragmentos de memórias homossexuais em São Carlos. 224 f. Tese (Doutorado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos. 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/10335>>. Acesso em 16 Ago. 2017.

_____. **Marcas do desejo**: um estudo sobre os critérios de “raça” na seleção de parceiros em relações homoeróticas masculinas criadas online na cidade de São Carlos. 121 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos. 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/6768>>. Acesso em 16 Ago. 2017.

LANDA, María Inés. Subjetividades y consumos corporales: um análisis de las prácticas del fitness em Espanha y Argentina. **Razón y Palabra**, v. 15, n. 69, Jul.-Ago. 2009, [s.p.]. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330063>>. Acesso em: 22 abr. 2015.

LASH, Scott. Dialectic of Information? A response to Taylor. **Information, Communication & Society**, v.9, n.5, 2006, p. 572–581. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/13691180600965542>>. Acesso em 17 Out. 2017.

_____. Capitalism and Metaphysics. **Theory, Culture & Society**, v. 24, n.5, 2007a, p.1–26. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177%2F0263276407081281>>. Acesso em 17 Out. 2017.

_____. New “New Media” Ontology, a presentation at Toward a Social Science of Web 2.0. **ESRC e-Society Research Programme Event, National Science Learning Centre**, York, UK. 5 Set. 2007b.

LARKIN, Bryan. The politics and poetics of infrastructure. **Annual Review Anthropology**, n. 42, 2013, p. 327-342. Disponível em: <<https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-092412-155522>>. Acesso em: 20 Mar. 2017.

LEAL-GUERRERO, Sigifredo. Cuerpos deseados / machos representados: aphrodisia, fórmulas representacionales y fotografía en la interacción homoerótica mediada por internet.

Sex., Salud Soc., Rio de Janeiro, n. 13, Abr. 2013, p. 113-143. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S1984-64872013000100007>>. Acesso em 13 nov. 2017.

LEITÃO, Débora Krischke; GOMES, Laura Graziela. Gênero, sexualidade e experimentação de si em plataformas digitais on-line. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, [S.l.], v. 18, n. 1, Abr. 2018, p. 171-186. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.15448/1984-7289.2018.1.28444>>. Acesso em: 24 Jan. 2019.

LEMOS, Ronaldo. Desafios do século XXI. In: OLIVEIRA, Fátima Bayma de (Org.). **Tecnologia da Informação e da Comunicação: articulando processos, métodos e aplicações**. Rio de Janeiro: E-papers: Fundação Getúlio Vargas, 2009.

LIGHT, Ben. Networked masculinities and social networking sites: a call for the analysis of men and contemporary digital. **Masculinities and Social Change**, v. 2, n. 3, 2013, p.245-265. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.4471/mcs.2013.34>>. Acesso em 14 Jul. 2015.

LINDGREN, Mats. et al. **Beyond Mobile: People, Communications and Marketing in a Mobilized World**. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave, 2002.

LUHMANN, Niklas. **Legitimação pelo procedimento**. Trad. Maria da Conceição Corte-Real, Brasília: Editora da UnB, 1980.

MACKENZIE, Donald; WAJCMAN, Judy. Introductory essay. In: D. MACKENZIE; J. WAJCMAN. **The social shaping of technology**. Buckingham, Open University Press, 1999, p. 1-25. Disponível em: <<http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/28638>>. Acesso em: 16 Out. 2017.

MARCUS, George. Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, Vol. 24, 1995, p. 95-117. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2155931>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

MARGOLIS, Michael; RESNICK, David. **Politics as Usual: The Cyberspace Revolution**. Londres: Sage Publications, 2000.

MARRES, Noortje. **Digital Sociology**. Cambridge: Polity Press, 2017. E-Book. ISBN 9780745684826

MARWICK, Alice. Ethnographic and Qualitative Research on Twitter. In: WELLER, K. et al. (Eds.). **Twitter and Society**. New York: Peter Lang, 2013, p. 109-122.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. In: MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. Rio de Janeiro: Cosac & Naify, 2003. p. 183-314.

MCQUIRE, Scott. **The Media City: Media, Architecture and Urban Space**. Londres: Sage Publications, 2008.

MELHADO, Rodrigo. **Manas - Um estudo das mensagens sociais acerca das masculinidades gays no grupo de Facebook BIV**. 108 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos. 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/10781>>. Acesso em: 20 Out. 2018.

MERCER, John. Coming of Age: Problematizing Gay Porn and the Eroticized Older Man. **Journal of Gender Studies**, Londres, v. 3, n. 2, 2012, p. 313–326. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1080/09589236.2012.681187>>. Acesso em: 20 jan. 2018.

MISKOLCI, Richard. **Desejos Digitais**: uma análise sociológica da busca por parceiros online. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2017.

_____; PELÚCIO, Larissa. Aquele não mais obscuro negócio do desejo. In: PERLONGHER, N. **O Negócio do Michê**: a prostituição viril em São Paulo. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008, p. 9-32.

_____; BALIEIRO, Fernando de F. Sociologia Digital: balanço provisório e desafios. **Revista Brasileira de Sociologia**, v. 6, n. 12, Jan-Abr., 2018, p.132-156. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.20336/rbs.237>>. Acesso em 10 Jan. 2019.

MITCHELL, W. J. **E-topia**: Urban life - Jim but not as we know it. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

MOWLBOCUS, Sharif. Gaydar: gay men and the pornification of everyday life. In: NIKUNEN, K.; PAASONEN, S.; SAARENMAA, L.. (Eds.). **Pornification**: sex and sexuality in media culture. Berg, Oxford, 2007, p. 61-72.

_____. Horny at the Bus Stop, Paranoid in the Cul-de-sac: Sex, Technology and Public Space. In: BROWN, G.; BROWNE, K.. (Eds.). **The Routledge Research Companion to Geographies of Sex and Sexualities**. London: Routledge, 2016.

_____. **Gaydar Culture**: gay men, technology and embodiment in the digital age. Farnham; Burlington: Ashgate, 2010.

MURRAY, Sarah; ANKERSON, Megan Sapnar. Lez takes time: designing lesbian contact in geosocial networking apps. **Critical Studies in Media Communication**, v. 33, n.1, 2016, p. 53-69. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/15295036.2015.1133921>>. Acesso em 13 Jul. 2017.

NASCIMENTO, Leonardo Fernandes. A Sociologia Digital: um desafio para o século XXI. **Sociologias** [online], vol.18, n.41, p.216-241, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/15174522-018004111>>. Acesso em: 20 Mar. 2018.

NAYAR, Pramod. K. **An Introduction to New Media and Cybercultures**. West Sussex, UK: Wiley-Blackwell, 2010.

NOBLE, Safiya Umoja. **Algorithms of Oppression**: How Search Engines Reinforce Racism. New York: NYU Press, 2018. E-Book. ISBN 978-1-4798-3364-1.

NOGUEIRA, Vanessa dos Santos. **Relações sociais de reconhecimento intersubjetivos virtual na formação de professores a distância**. 255f. Tese (Doutorado em Educação) Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal de Pelotas, 2016. Disponível em: <https://vanessanogueira.files.wordpress.com/2016/12/tese_vanessa_dos_santos_nogueira_2016.pdf>. Acesso em: 2 Fev. 2019.

O'TOOLE, Laurence. **Pornocopia: porn, sex, technology and desire**. [s.l.]: Serpent's Tail, 1999.

PAASONEN, Susanna. Online Pornography: Ubiquitous and Effaced. IN: COSALVO, Mia; ESS, Charles. **The Handbook of Internet Studies**. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2011, p. 424-435.

PADILHA, Felipe. **O Segredo é a Alma do Negócio: mídias digitais móveis e a gestão do desejo homoerótico entre homens na região de São Carlos**. 120 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos. 2015a. Disponível em:

<<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/7178>>. Acesso em 16 Ago. 2017.

_____. Isto não é um manual de instruções: notas sobre a construção e consumo de perfis em três redes geosociais voltadas ao público gay. **NORUS - Novos Rumos Sociológicos**, v. 3, n. 3, p. 72-104, 2015b. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.15210/norus.v3i3.6365>>. Acesso em 20 Ago. 2016.

_____; FACIOLI, Lara. Sociologia Digital: apontamentos teórico-metodológicos para uma analítica das mídias digitais. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 54, n. 3, p. 305-316, 2018.

Disponível em:

<http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/csu.2018.54.3.03>. Acesso em: 20 Abr. 2019.

PARK, Robert E. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, O. Gilberto. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro, Zahar, 1979.

PELÚCIO, Larissa. **Amor em tempos de aplicativos Masculinidades heterossexuais e a negociações de afetos na nova economia do desejo**. 2017. 230 f. Tese (Livre-docência) - Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP - Campus de Bauru, Bauru, 2017. Disponível em:

<<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/154656>>. Acesso em: 20 Jan. 2019.

_____. Narrativas infieis: notas metodológicas e afetivas sobre experiências das masculinidades em um site de encontros para pessoas casadas. **Cad. Pagu**, Campinas, n. 44, Jun. 2015, p. 31-60. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1809-4449201500440031>>. Acesso em: 23 Jan 2017.

_____; DUQUE, Tiago. "...Depois, querida, ganharemos o mundo": reflexões sobre gênero, sexualidade e políticas públicas para travestis adolescentes, meninos femininos e outras variações. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 44, n. 1, Jan/Jun, 2013, p. 10-43.

Disponível em:

<http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/9112/1/2013_art_lpeluciotduque.pdf>. Acesso em: 20 Mar. 2019.

PERLONGHER, Néstor. **O negócio do michê: a prostituição viril em São Paulo**. São Paulo. Editora Perseu Abramo. 2008.

PRADO, Juliana do. **Dos consultórios sentimentais à rede: apoio emocional pelas mídias digitais**. 269 f. Tese (Doutorado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/7122>>. Acesso em: 24 Mai. 2017.

PINK, Sarah; HORST, Heather; POSTILL, John; HJORTH, Larissa; LEWIS, Tania; TACCHI, Jo (Orgs.). **Digital Ethnography: principles and practice**. Los Angeles: London SAGE, 2016.

QUEIROZ, Artur A. F. L. N. et al.. Conhecimento sobre HIV/AIDS e implicações no estabelecimento de parcerias entre usuários do Hornet®. **Revista Brasileira de Enfermagem**, n. 71, v. 4, 2018, p. 1949-1955. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0034-7167-2017-0409>>. Acesso em: 03 jan. 2019.

RAKOW, Lana F. **Gender on the Line: Women, the Telephone, and Community Life**. Chicago: University of Illinois Press, 1992.

RESTREPO, Eduardo. El proceso de investigación etnográfica: consideraciones éticas. **Etnografías Contemporáneas**, v. 1, n. 1, 2015, p. 162-179. Disponível em: <<http://www.unsam.edu.ar/ojs/index.php/etnocontemp/article/view/21/13>>. Acesso em: 23 Mar. 2017.

ROSA, Fábio Morelli. **Não Existe Amor em APP? Pistas sobre o processo de subjetivação entre homens por meio de aplicativos voltados ao público gay**. 155 f.. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade de Ciências e Letras de Assis – UNESP – Universidade Estadual Paulista. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/150666>>. Acesso em: 12 Abr. 2019.

SASSEN, Saskia. **As Cidades na Economia Mundial**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.
_____. Towards a Sociology of Information Technology. **Current Sociology**, v. 50, n. 3, 2002, p. 365-388. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/0011392102050003005>>. Acesso em: 18 Jun. 2016.

SCHARFF, Christina. The psychic life of neoliberalism: mapping the contours of entrepreneurial subjectivity. **Theory, Culture & Society**, v. 33, n. 6, 2016, p.107–122. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/0263276415590164>>. Acesso em: 10 set. 2018.

SHAW, Adrienne; SENDER, Katherine. Queer technologies: affordances, affect, ambivalence. **Critical Studies in Media Communication**, v. 33, n.1, 2016, p.1-5. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/15295036.2015.1129429>>. Acesso em: 22 Mai. 2017.

SHELLER, Mimi; URRY, John. **Mobile Technologies of the City**. Londres: Routledge, 2006.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Tudo sobre tod@s: Redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais**. São Paulo: Edições SESC São Paulo, 2017. E-PUB.

_____. Governo dos algoritmos. **Revista de Políticas Públicas**, v. 21, n. 1, 2018, p. 267-281. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.18764/2178-2865.v21n1p267-281>>. Acesso em: 20 Jan. 2019.

_____. Game-ativismo e a nova esfera pública interconectada. **Líbero** – São Paulo – v. 12, n. 24, Dez. 2009, p. 131-138. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Game-ativismo-e-a-nova-esfera.pdf>>. Acesso em: 04 set. 2018.

SIMMEL, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito (1903). **Mana**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, Out. 2005, p. 577-591. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93132005000200010>>. Acesso em: 22 Mai. 2019.

_____. **Sentidos, segredos**. Trad. Simone Carneiro Maldonado. 1a ed. Curitiba: Honoris Causa, 2011.

SOJA, Edward. **Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions**. Oxford: Blackwell, 2000.

SPINK, Peter K. Pesquisa de campo em psicologia social: uma perspectiva pós-construcionista. **Psicol. Soc.**, Porto Alegre, v. 15, n. 2, Dez. 2003, p. 18-42. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-71822003000200003>>. Acesso em: 13 Mar. 2018.

STINGL, Alexander I. **The Digital Coloniality of Power: Epistemic Disobedience in the Social Sciences and the Legitimacy of the Digital Age**. Lanham, MD: Lexington Books, 2016.

STRATHERN, Marilyn. Cutting the network. **The Journal of the Royal Anthropological Institute**, v. 2, n. 3, 1996, p. 517-35. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/3034901>>. Acesso em: 27 ago. 2018.

SUTKO, Daniel. M.; DE SOUZA E SILVA, Adriana. Location-aware mobile media and urban sociability. **New Media & Society**, v. 13, n. 5, 2011, p. 807-823. Disponível em: <<https://doi.org/10.1177/1461444810385202>>. Acesso em 15 Abr. 2016.

THOMPSON, John. A nova visibilidade. **MATRIZES**, Brasil, v. 1, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143017353001>>. Acesso em: 25 Mar. 2018.

URRY, John. **Sociology beyond societies**. Mobilities for 21st century. Londres: Routledge, 2000.

_____. **Mobilities**. Cambridge: Polity Press, 2007.

VAN DIJCK, José. **La cultura de la conectividad: una historia de las redes sociales**. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016.

_____; POELL, Thomas. Understanding Social Media Logic. **Media and Communication**, v. 1, n 1, 2013, p. 2-14. Disponível em: <<https://ssrn.com/abstract=2309065>>. Acesso em: 20 Set. 2017.

VAUCELLE, Cati. Collect to connect in the mobile age. In: ABBAS, Y.; DERVIN, F. (Orgs.). **Digital Technologies of the Self**. Londres: Cambridge Scholars Publishing, 2009, p. 157-169.

WAGNER, Roy. **A invenção da cultura**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

WAJCMAN, Judy. Tecnologia de produção: fazendo um trabalho de gênero. **Cad. Pagu**, v. 10, Jan. 2012, p. 201-256. Disponível em:

<<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/4345638/2347>>.

Acesso em: 15 Fev. 2019.

_____. Feminist theories of technology. **Cambridge Journal of Economics**, v. 34, n. 1, 2010, p. 143–152. Disponível em: <<https://doi.org/10.1093/cje/ben057>>. Acesso em: 25 Abr. 2016.

WEILENMANN, A. **Doing mobility**. 2003. 182 p. Tese (Doutorado em Estudos de Informática). Gothenburg University, Departamento de Estudos em Informática, Gothenburg, 2003. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/2077/910>>. Acesso em: 20 Abr. 2018.

WELLMAN, Barry. The Rise (and Possible Fall) of Networked Individualism. **INSNA - Connections**, v. 24, n.3, 2001, p.30-32. Disponível em:

<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.211.5714&rep=rep1&type=pdf>>.

Acesso em: 30 Mai. 2015.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Trad. Márcio Serelle; Mário F. I. Viggiano. 1a ed. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUC Minas, 2016.

WOOLGAR, Steve. Mobile Back to Front: Uncertainty and Danger in the Theory — Technology Relation. **Mobile Communications**. Computer Supported Cooperative Work, vol 31. Springer, London, 2005, p. 23-43. Disponível em:

<https://link.springer.com/chapter/10.1007/1-84628-248-9_3>. Acesso em 20 Mai. 2017.