



# No sigilo. Não curto afeminados: uma análise de discurso dos perfis dos usuários do Grindr em Maceió

I'm secrecy. I don't like  
effeminate: a discourse  
analysis of the profiles of  
Grindr users in Maceió

**Rian Paulo Ferreira Silva**

Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas (Ufal). E-mail: rpaulofs@gmail.com.



## **Priscila Muniz de Medeiros**

Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).



## Resumo

Apesar das transformações infraestruturais, as interações proporcionadas pelas novas plataformas reproduzem discursos *antigos*, que se inscrevem numa memória discursiva historicamente construída. O presente trabalho visou a analisar as textualidades presentes nos perfis dos usuários do aplicativo de relacionamento Grindr, observando de que formas eles constroem a imagem de si e do parceiro ideal.

**Palavras-chave:** Gênero; virilidade; grindr; homossexualidade; análise de discurso.

## Abstract

Despite the infrastructural transformations, the interactions inside the new platforms reproduce old discourses, which are inscribed in a historically constructed discursive memory. The present work aimed to analyze the textualities present in the profiles of users of the relationship app Grindr, observing in which ways they build their self-images and the ones of their ideal partner.

**Keywords:** Gender; virility; grindr; homosexuality; discourse analysis.

## Introdução

A questão da cidadania homossexual é um assunto complexo no Brasil. Por um lado, o movimento das Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transsexuais, *Queers* e Etc. (LGBTQ+) tem se fortalecido nas últimas décadas e conquistado avanços importantes no que diz respeito aos direitos legais, representação midiática e aceitação social. Por outro lado, tais conquistas ainda estão longe de quebrar todos os fortes estigmas culturais que oprimem a comunidade LGBTQ+ no país.



De acordo com o relatório da ONG Grupo Gay da Bahia (GGB, 2018) – ano referente ao período em que a coleta de dados foi realizada –, o Brasil é líder mundial em assassinatos ligados a motivações homofóbicas. Ainda de acordo com o relatório, a cada 20 horas, um membro da comunidade LGBTQ+ era assassinado no país em 2017 por homofobia. Assim, a sociedade brasileira contemporânea apresenta um contraste importante: uma forte formação cultural homofóbica que enfrenta um movimento de resistência também muito importante. Nesse cenário, o país viu o surgimento e a popularização da mídia geossocial de relações afetivas e sexuais que vem remodelando a forma como as pessoas se envolvem em interações românticas e sexuais. A tecnologia de geolocalização permite que as pessoas encontrem parceiros potenciais que estão espacialmente próximos a elas e com quem possam interagir por meio de mensagens de texto.

O objetivo da presente pesquisa é investigar aspectos discursivos da autorrepresentação e a exposição das expectativas em relação aos parceiros ideais apresentados nos perfis do Grindr geolocalizados na cidade de Maceió, Nordeste do Brasil. É importante destacar que, se a homofobia ainda é muito presente no Brasil, é especialmente forte na região Nordeste, uma vez que a violência e a masculinidade são elementos-chave na identidade discursiva dos nordestinos (ALBUQUERQUE JR., 1999). Em 2017, ano em que o Brasil atingiu o maior número de casos de violência contra LGBTQ+, Alagoas era o segundo estado brasileiro mais violento no que diz respeito ao assassinato de homossexuais com motivação homofóbica, com 6,81 assassinatos para cada 1 milhão de habitantes.

Na cultura ocidental, o homem desenvolveu com o tempo o papel de provedor, trabalhador, pai de família e macho. A palavra “macho” aqui não está posta como designação do gênero sexual, mas carrega em si uma bagagem enorme de significações e ressignificações ao longo do tempo que estão intimamente atreladas à ideia de virilidade. O gênero feminino foi, ao longo da história, encarado como inferior na maior parte dos sistemas culturais, sendo simbolicamente reduzido a seus aspectos biológicos e restrito a papéis sociais demarcados, como os de dona de casa, mãe e esposa.



A identidade sexual, entretanto, apesar de vender-se como tal, não consiste “na expressão instintiva da verdade pré-discursiva da carne” mas, ao invés disso, em “um efeito de reinscrição das práticas de gêneros nos corpos”. Macho/Fêmea e Masculino/Feminino seriam, pois, categorias que dissimulariam o fato de que as diferenças sociais implicariam uma ordem econômica, política e ideológica (PRECIADO, 2014, P. 29; WITTIG, 2010 *apud* MACHADO, 2018).

A virilidade aflorada e autodeclarada por meio de comportamentos hostis e grosseiros, por exemplo, foram estabelecidos como modelos de masculinidade. A hegemonia do poder viril estava contextualizada a partir da força física, firmeza moral e potência sexual. (FOUCAULT, 1999).

Por volta dos anos 30 do século 20, ocorreu uma mudança em algumas cenas gays ao redor do mundo, que enfrentaram um processo de “virilização”. O período posterior à Segunda Guerra Mundial foi caracterizado por um conformismo moral que valorizava a “respeitabilidade” e a discrição e desprezava o estereótipo da “rainha” com o objetivo de alcançar uma melhor integração da comunidade homossexual. A década de 70, com o movimento de contracultura, viu o alvorecer da contestação de estereótipos de gênero, quando os homens associavam barbas e vestidos, por exemplo.

Os embates entre representações de feminilidade e virilidade na comunidade gay persistem nos dias de hoje, tendo invadido os espaços digitais. A construção de autoimagens é uma tendência da cultura contemporânea, pois a internet passa a ser um meio generalizado de autoexposição onde as pessoas podem realizar suas identidades pessoais e coletivas (ALLARD, 2007).

## O Grindr

Nosso objeto de estudo se trata de uma interface dinâmica que propõe de maneira ágil e prática o engajamento de pessoas do sexo masculino que estão em busca de relações homoafetivas. A tecnologia de geolocalização aliada às interações virtuais trouxe um atrativo a mais para a comunidade

LGBTQ+: ela criou alternativas eficazes às abordagens presenciais, que, graças aos estigmas que atingem a comunidade, podiam ser difíceis e mesmo potencialmente perigosas. Aplicativos como o Grindr surgem de modo a romper as barreiras geográficas dos encontros homossexuais. Criado em 2009, pelo israelense Joel Simkhai, o Grindr conta com aproximadamente 30 milhões de usuários espalhados por cerca de 200 países.

Grohmann (2015) atenta para o caráter conflituoso do Grindr e aplicativos semelhantes. Por um lado, eles podem ser percebidos a partir da metáfora do “cardápio humano”, onde as imagens e os corpos são valorizados e oferecidos como produtos, num processo de mercantilização de si e do outro. Por outro lado, tais aplicativos podem ser encarados a partir das mudanças nas dinâmicas sociais dos encontros, auxiliando, por exemplo, na redução das dificuldades que existiam em relação às interações homoafetivas.

Segundo Couto (2012) o exibicionismo é categórico, pois para se sobressair neste contexto os usuários têm que apresentar uma “mercadoria” desejável. Eles são, ao mesmo tempo, os promotores das mercadorias e as mercadorias que promovem. Estes aplicativos ressaltam a mercantilização das relações interpessoais porque se assemelham às transações de compra e venda. Numa cultura consumista como a nossa, que favorece o produto pronto para uso imediato, o sexo experimentado de muitos modos e intensidades, são mercadorias apreciadas.

## Materiais e métodos

Nosso corpus de análise consistiu nas informações disponíveis nos perfis do Grindr regularmente coletados durante as duas primeiras semanas de abril de 2018, na cidade de Maceió. Um Perfil do Grindr foi criado para coletar tais informações. É importante destacar que nenhuma interação com os usuários do Grindr foi realizada. A coleta de dados dos usuários do aplicativo foi feita por meio de *prints* dos perfis na tela dos *smartphones*. Uma primeira dificuldade na quantificação de perfis



anônimos foi a de como distingui-los (muitos perfis não possuem nenhuma informação, parecendo exatamente iguais). Para superar esse problema, atualizamos para a versão premium (Grindr XTRA) do aplicativo, a fim de poder selecionar perfis favoritos. Ao estrelar todos os perfis anônimos, pudemos identificar quais deles já haviam sido coletados e quais não. A maior disponibilidade de perfis visíveis na versão premium também permitiu uma cobertura mais abrangente de todo o espaço geográfico da cidade de Maceió. A coleta foi feita durante 14 dias, do dia 10 ao dia 23 de abril de 2018. As imagens (*prints*) foram coletadas diariamente dentro do prazo estabelecido. Ao todo, 2.370 perfis foram catalogados. Após coletar todos os dados dentro do período estipulado, todas as informações dos perfis foram repassadas para uma tabela no *software* Excel. Em uma primeira etapa, categorizamos todos os perfis com foco em dados objetivos como idade, tipo de corpo, etnia, status de relacionamento, o que procuram (se encontros, amizade, relacionamento), presença ou ausência de autodescrição, presença ou ausência de fotos, presença ou ausência de nome e o tipo de foto do perfil (se identifica ou não a pessoa, se mostra o rosto, parte do corpo, ambas ou nenhuma). A segunda etapa foi uma análise do discurso dos textos de apresentação disponíveis nos perfis. Analisamos também os discursos visuais presentes nas fotos de perfil, uma vez que, tanto quanto a linguagem, as imagens têm valor semântico. Nossa abordagem teórico-metodológica está ancorada na Análise de Discurso de linha francesa.

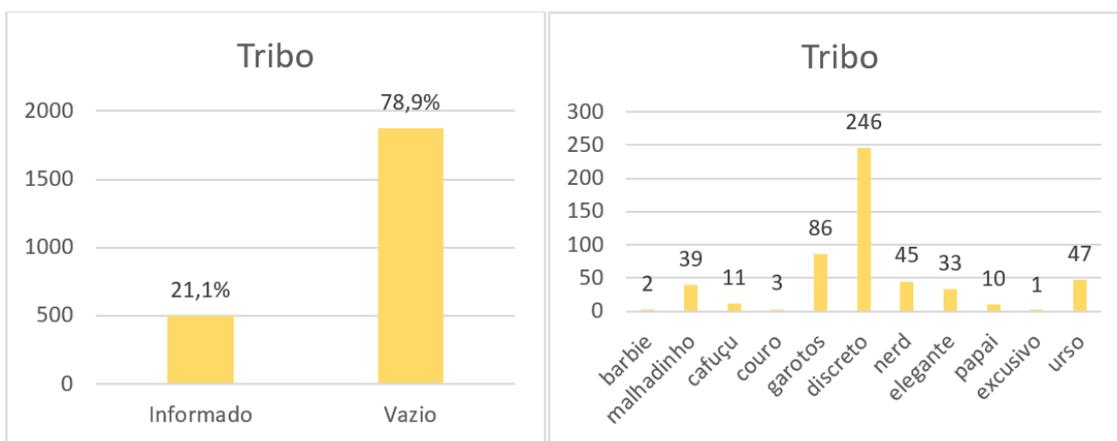
## Resultados e discussões

### *Perfil dos usuários do Grindr em Maceió*

A maior parte dos usuários do Grindr em Maceió são jovens entre os 20 e os 29 anos. Pessoas acima dos 40 anos constituem menos de 5% dos usuários do aplicativo. No que diz respeito à etnia, apenas 40% dos usuários marcou alguma das opções. Dentre eles, a maior parte se auto-identificou como branco. Em relação ao que os usuários buscam no aplicativo, apenas 752 pessoas (31,7% do

total) assinalaram ao menos uma das opções. Entre elas, as respostas mais frequentes foram encontros e conversas.

**Figura 4.** Gráficos com informações do campo “Tribo”

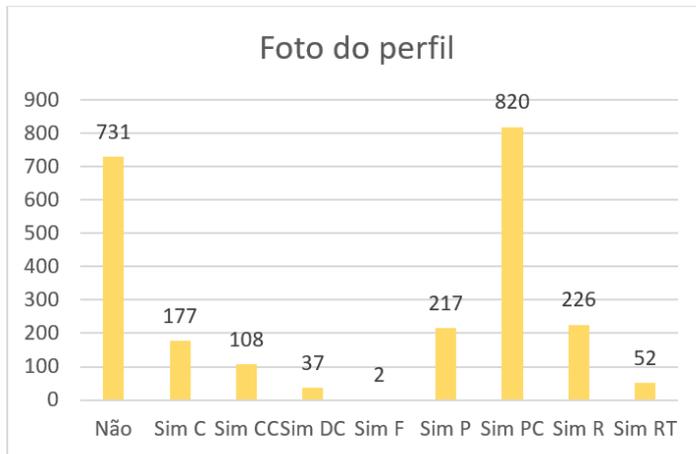


*Fonte: elaborado pelos autores*

Só 21% dos usuários que compuseram o corpus da pesquisa assinalou ao menos uma das opções na seção “Tribos”. A opção mais escolhida foi “discreto”. Como veremos ao longo da análise, o apelo a um léxico relacionado a sigilo e discrição e mesmo a escolha pela não identificação fotográfica são uma constante na forma de os usuários se inserirem nas redes do aplicativo.

#### *A autorrepresentação dos usuários nas imagens de perfil*

**Figura 5.** Gráfico com informações sobre fotos de perfil dos usuários



LEGENDA:

Não	Sem foto
Sim C	Corpo
Sim CC	Corpo Completo
Sim DC	De costas
Sim F	Fakes
Sim P	Paisagens
Sim PC	Parte do Corpo
Sim R	Rosto
Sim RT	Rosto Tampado

Fonte: elaborado pelos autores

Junto ao nome do usuário, a foto de perfil é o primeiro elemento de apresentação do indivíduo dentro da arquitetura construída pela maioria dos aplicativos de encontros. Illouz (2006) aponta que, apesar dos aspectos descorporificadores da internet, a aparência física adquiriu uma importância pungente nas redes românticas virtuais, sendo a fotografia um dos principais elementos do mercado competitivo criado por tais aplicativos.

No universo do corpus pesquisado, de 2.370 perfis, em apenas 14% deles (334) é possível identificar o rosto (226 imagens apresentam só o rosto e 108 mostram o corpo completo, onde o rosto é visualizado). Desse total, precisamos considerar que nem todas as imagens são necessariamente fotos do usuário em questão, uma vez que é comum o uso de imagens de celebridades ou apropriação de fotos de desconhecidos encontradas na rede. Isso nos permite afirmar que menos de 14% dos usuários do Grindr em Maceió se identificam visualmente nas imagens de perfil.

A homossexualidade, mesmo no ambiente de um aplicativo voltado ao público gay, ainda aparece enquanto forma de socialização marginalizada. A vivência da homossexualidade deve ocorrer apenas no âmbito privado, assim como a identificação do sujeito enquanto homossexual. Dessa forma, é muito comum que as descrições dos perfis tragam enunciados que sugiram que a troca de fotografias



de identificação deverá ocorrer no âmbito privado, como nos casos a seguir: "Conversando...chamou manda foto que retribuirei da mesma forma.", "Se não tem foto de perfil, manda antes de iniciar a conversa", "Em busca de passivo! Adianta logo com foto de rosto; sem histórico" e "Curto ativos! Não afeminados! Manda foto! Retribuo se curtir!". Apesar de minoritários, há também os enunciados que contestam a lógica tácita da comunidade de só partilhar fotos identificadoras privativamente, como no caso do usuário que escreveu "me dê um motivo pra eu te levar a sério se você se esconde atrás de um perfil sem foto".

Sobre o contingente que possui alguma foto no perfil, a categoria "Sim PC" (Parte do Corpo) é a mais utilizada pelos usuários, totalizando 820 indivíduos, ou 34% dentre as oito categorias analisadas. Juntamente à categoria "Sim C" (Corpo), os usuários apresentam uma regularidade no estilo/pose de fotografias, evidenciando determinadas partes do corpo: a parte frontal do tronco com peitoral, abdômen e bíceps à mostra.

A norma de usar foto de perfil sem camisa também promove um ambiente que exclui quem não se enquadra em certas noções de masculinidade. Esses perfis sem camisa costumam ser acompanhados por declarações indicando que os usuários desejam conhecer apenas indivíduos "em forma" (CONNER, 2019, p.8, tradução nossa).

Outra especificidade encontrada em alguns casos é utilização de fotos que apresentam uma ligação com o meio esportivo, pelo fato de aparecerem vestindo camisas de time de futebol, quimonos de lutas marciais ou roupas de academia. Alguns perfis trouxeram fotos usando chuteiras ou em cima de bicicletas, que condizem também com uma versão que associa o perfil a uma identidade viril esportista. Vigarello (2013) defende que a construção da virilidade se dá também pela "instalação de um corpo viril" que se constitui em "jogo de força, músculos fortes e visíveis: a virilidade seria o agente primordial". (VIGARELLO, 2013, p.272).

Muitas dessas imagens também criam elo com o que é escrito na seção “Sobre Mim”. Descrições como “gosto de caras mais macho e rústico”; ou “tipo magro, atlético”, sustentam e criam legendas imagéticas para as fotografias que formulam determinadas imagens de si. Nesse contexto, Miskolci (2017) explica que a musculação, práticas de esportes e o consumo de suplementos alimentares se associam ao uso dos bate-papos, sites de busca de parceiros e aplicativos para a criação de contatos amorosos e/ou sexuais, como é o caso do Grindr; e que essas tecnologias corporais e de comunicações se fundem como verdadeiras tecnologias de gênero acionadas para encarnarem a heterossexualidade gerindo a invisibilidade de suas relações com outros homens.

Além disso, pelo fato da comunidade LGBTQ+ estar associada ao surto de HIV no mundo, muitos buscam se expor de tal maneira a parecerem saudáveis, ou melhor, “sarados” e que, por isso, muitos perfis exibem seus corpos com fotos do torso para ganhar visibilidade prestigiada (MISKOLCI, 2017).

### Sobre mim: a construção do ethos discursivo

Entre os 2370 perfis de usuários pesquisados, pouco menos da metade (1131) escreveu algum texto na seção “Sobre mim”. O texto publicado nesse espaço é normalmente resultado de uma negociação entre a publicização de características pessoais que o usuário entende como definidoras de si (gostos, preferências sexuais, traços de personalidade, etc.) e a construção de um eu que seja competitivo o suficiente num mercado em que o usuário está em disputa direta com outros por atenção e interesse. “o processo de busca de um parceiro na rede é, ao mesmo tempo, a conjunção de um subjetivismo intenso – que assume uma forma psicológica – e de uma objetificação do encontro, através da tecnologia e da estrutura de mercado do site” (ILLOUZ, 2006, p. 114).

É dessa negociação entre subjetividade e objetificação que surge o *ethos* do usuário, que é a imagem de si que ele, enquanto enunciador, constrói em seu discurso para exercer uma influência



sobre seu enunciatário. A seguir, listaremos os discursos mais frequentes na construção do *ethos* discursivos nos perfis pesquisados.

### *Sigilo absoluto*

Em 165 perfis pesquisados, os usuários colocaram de forma explícita nos textos de “sobre mim” marcas lexicais que se associam à ideia de sigilo e discrição. Se considerarmos o universo dos 1131 usuários que digitaram algum texto nessa seção, vemos que o discurso está presente em 14,6% deles.

“Só curto na baixa” ou “só sigilo”, exprimem o que Sedgwick (1991) entende como regime de visibilidade em que a homossexualidade se constituiu historicamente associada ao segredo. A autora explica que, durante o século 20, existia uma demanda social pela invisibilidade dos homossexuais no espaço público, no trabalho e, principalmente, na vida familiar. Outros exemplos textuais encontrados foram: “Gosto de sigilo e discrição, nada exposto. A gente se dar bem entre 4 paredes fora dela dois amigos normais. Não sou afeminado e gosto de homem sem frescuras”; “Curto tudo no sigilo sou totalmente discreto não curto afeminado”; “moreno sigilo, não curto afeminados, curto sem frescura uma boa sacanagem é sempre bem-vinda”; entre outros. Nota-se que, de fato, existe uma insistência para que o desejo não seja expresso abertamente, mas apenas no campo privado.

Há também os discursos que questionam a prática do pedido de discrição, mas eles são bastante minoritários. No universo pesquisado, encontramos apenas seis perfis que traziam na seção “sobre mim” esses contradiscursos, como no caso do exemplo a seguir: “Não quero fazer parte do sigilo absoluto de ninguém, obrigado”.

### **Não curto afeminados**

159 perfis trouxeram na seção “sobre mim” algum elemento discursivo de exaltação das representações hegemônicas de masculinidade e/ou desprezo a elementos que se associam a



representações do feminino. Esse número representa 14,05% dos 1131 perfis que preencheram algo na seção. “Não curto afeminado e nem sou”, “homem tem que ser homem até em cima de outro”, “Não curto muito mais novos nem muito mais velhos, nem gordos ou caras com jeito de mulher.”, “Não fumantes; Não drogados; Não afeminados!” são alguns dos exemplos de enunciados que trabalham com tais discursividades.

Carvalho (2012) denomina esse padrão como “heteronormatividade misógina”, que é um modelo perpetuado com base no padrão sexual binário que se opõe e limita o contexto da sexualidade.

Assim como no caso dos discursos sobre sigilo, há também contradiscursos que buscam questionar a visão de mundo heteronormativa e a hierarquia masculino > feminino, mas eles também são minoritários. Nessa pesquisa, encontramos apenas quatro enunciados com esse tipo de contestação, como no exemplo a seguir: “Procuro sexo casual e alguém interessante. Não venha com papo de não curtir afeminado, negros, gordos e etc, não gosto de gente preconceituosa”.

No corpus de análise, também foi possível identificar discursos que repreendem certas formas de expressão textuais, entendidas como marcas lexicais feminina. “Não comece com “oiiii” ou “oiieeee”, nem “Oláaaa”; tenha fotos ou mande no primeiro contato... Não falo necessariamente foto de rosto, pode mandar nudes”. As variações da interjeição “oi” são aqui encaradas como uma forma de comunicação feminina, uma vez que seriam incompatíveis com a ideia de virilidade.

Dessa maneira, obtém-se o “modelo ideal” que no campo da sedução digital homossexual é o mais procurado. E, assim, Miskolci (2017) em suas análises declara que os poucos que se aproximam do ideal tendem a se relacionar entre eles, seguindo a dinâmica de uma sociedade historicamente classista e que, na era das relações em rede, encontra um aliado tecnológico para reforçar o fechamento e exclusividade de seus estratos mais altos.

Comentaristas culturais, sociólogos e outros argumentaram que grupos marginalizados tendem a reproduzir, dentro de suas próprias comunidades, divisões que existem na estrutura social mais ampla (descobri, como em alguns outros estudos



de espaços online gays, que os usuários do Grindr costumam se expressar formas hipermasculinas e denunciam expressões de gênero mais femininas, usuários mais jovens costumam se envolver em expressões etárias e usuários brancos fazem observações raciais discriminatórias. Assim, aplicativos como o Grindr reproduzem uma visão de mundo heteronormativa, criando uma hierarquia baseada no tipo de corpo, raça e idade, enquanto afirmam dê passos largos em direção aos objetivos do movimento LGBTQ+ (BARRETT & POLLACK 2005; MOROZOV 2011, apud CONNER, 2018, p.3, tradução nossa).

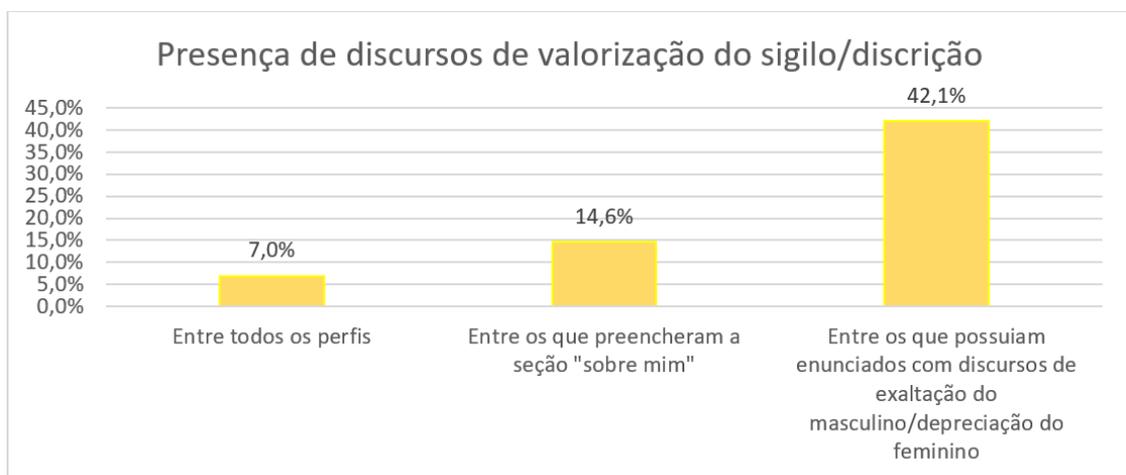
Em alguns casos, é possível perceber que, ainda que não se sintam confortáveis com a discursividade hegemônica que permeia as interações na plataforma, alguns usuários acabam cedendo a elas no intuito de terem mais sucesso no mercado proposto pelo aplicativo, como no exemplo a seguir: “Ta em busca de machão tipo hetero vire uma mulher que você achará um homem, aqui é homem com homem 'resumindo gays' não importa se você é discreto ou não, você não deixa de ser gay... povo cheio de frescura com e discreto ou não affz Obs: sou discreto”. Há um nítido paradoxo na descrição anterior: ela, ao mesmo tempo contesta a discursividade hegemônica, faz questão de reforçá-la.

## O combo discursivo: a vivência conservadora da homossexualidade

Um achado interessante da pesquisa é que os discursos sobre sigilo e discrição e aqueles de exaltação do masculino/depreciação do feminino aparecem constantemente juntos nas descrições do “sobre mim”, formando um combo discursivo que se inscreve numa formação discursiva de uma “homossexualidade conservadora”. A existência desse combo discursivo pode ser verificada também através de dados quantitativos. 67 dos perfis pesquisados trouxeram enunciados conectados a ambos os discursos. Ou seja: Se entre o número total perfis que preencheram a seção “sobre mim”, 14,6% traziam algum discurso de valorização do sigilo/discrição, esse percentual sobre para 42,1% quando recortamos apenas os perfis que trazem discursos de exaltação do masculino/depreciação do feminino. O mesmo ocorre no sentido contrário: Se entre o número total perfis que preencheram a seção “sobre

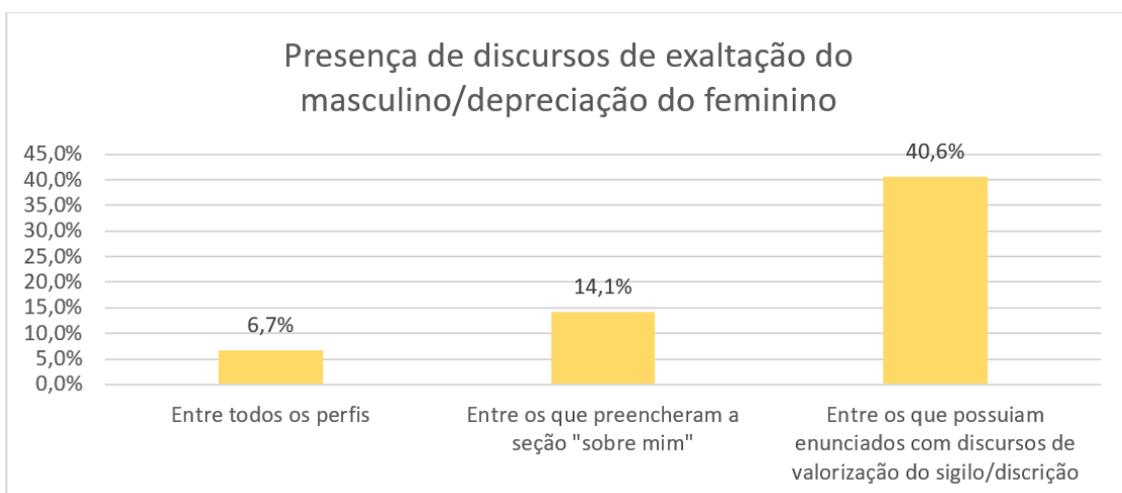
mim”, 14,1% traziam algum discurso de exaltação do masculino ou depreciação do feminino, esse percentual sobe para 40,6% quando recortamos apenas os perfis que trazem discursos de valorização do sigilo/discição. Ou seja, há uma forte associação entre ambas as variáveis.

**Figura 7.** Gráfico com informações sobre discursos de valorização do sigilo/discição



*Fonte: elaborado pelos autores*

**Figura 7.** Gráfico com informações sobre discursos de exaltação do masculino/depreciação do feminino



*Fonte: elaborado pelos autores*



Argumentamos nessa pesquisa que esse combo discursivo integra uma formação discursiva de uma homossexualidade conservadora, na qual a performance de gêneros deve ser muito bem demarcada, a inferiorização e opressão do feminino que caracteriza a sociedade patriarcal é reproduzida (num movimento paradoxal, uma vez que os valores da sociedade patriarcal e heteronormativa são responsáveis pela opressão do próprio público em questão – os homossexuais), e que acredita que uma orientação sexual não hegemônica deve ser vivida apenas na esfera privada. Alguns exemplos de enunciados que trabalham com esse combo discursivo são: “Sou discreto, tenho um relacionamento e procuro pessoas discretas e sem afetações”, “Curtição com muito sigilo; Coisa de macho com macho” e “Militar, sigilo, não curto assumidos e nem afeminados. Nada contra. Só fala se for macho de verdade. Obs.: tem que ter beijo, ou não rola”.

Muitos perfis exaltam que se relacionam com pessoas do sexo oposto. Isso tem uma dupla função: de um lado, reforça a demanda pelo sigilo e, por outro, exalta ainda mais um ethos de virilidade: “Comprometido. Devido à má índole de alguns, fotos de rosto sou recíproco”; “Sou casado. Fotos de rosto não rola. A procura de machos para suruba. Só chame ou fale se curtir”; “Tenho namorada, mas curto tudo, boa sacanagem! Não gosto de afeminado, tbm não sou”.

Miskolci (2017), em análise com usuários do Grindr, afirma:

O “passar por” se revela tão central na forma como lidam consigo próprios quanto na busca por parceiro, ou seja, eles querem continuar “heterossexuais” aos olhos da maioria pra evitarem serem apontados como homossexuais no espaço público, o que os tornaria totalmente vulneráveis a diversas formas de discriminação. (MISKOLCI, 2017, p.162).

O autor também alega que os perfis conservadores, que tendem a ser mais “bem-sucedidos” nesses aplicativos, são os que efetivamente se engajam em relações com mulheres na vida social e familiar e buscam restringir as relações com pessoas do mesmo sexo à vida



íntima e secreta. Esse relativo dilema os coloca em dilemas morais e no “estresse” da gestão de dois relacionamentos que não podem se encontrar.

É importante sublinhar que o “passar por” não é simplesmente uma opção, mas uma estratégia de sobrevivência em um contexto social hostil. (MISKOLCI, 2017). No entanto, essa mesma estratégia de sobrevivência também se tornou padrão de busca valoroso nos aplicativos de *smartphones* que tem como intuito a relação sexual/encontros com pessoas do mesmo sexo. A necessidade de sobreviver e de ser aceito no meio social faz com que a própria comunidade LGBTQ+ sucumba aos parâmetros estabelecidos pela hegemonia heterossexual, com aversão ao feminino e, por consequência, reforço do machismo que é, culturalmente, seu próprio algoz. Dessa forma, o ciclo opressor se sustenta, assim como o mito da virilidade, mas, dessa vez, pelas mãos do próprio oprimido.

Uma outra forma comum de criação de um ethos de virilidade ocorre através do uso de uma linguagem brusca, rude e autoritária, que abusa do uso de imperativos. No nosso corpus, uma rudez autoritária e arrogante se mostrou uma regularidade discursiva importante. Abordagens como: “Nem vem com enrolação. Ou é 8 ou 80”; “Funciona assim: oi+++++ foto de rosto. é difícil? acho que não”; “Não converso com gente sem rosto. Não tenho saco pra punheta virtual. Não vou trepar com seu programa de *photoshop*. Vai na educação e na boa ou pula pro próximo por favor”; “Falou, manda foto, idade, altura, peso e o que curte. Não estou desesperado por sexo. Seja direto. Nem você perde o seu tempo nem eu perco o meu. Ok?!”; “Não vou te responder se não tiver nenhuma informação no seu perfil!!! Antes de pedir pra ver alguma foto, mande a sua, ok?!”; “Não fumantes; Não drogados; Não afeminados!”, são alguns dos exemplos de discursos autoritários encontrados na seção “Sobre Mim” dos usuários.

Tal enunciado vai em direção à ideia de que aprendemos nosso gênero a partir dos discursos dominantes: o homem não é naturalmente agressivo, másculo e ativo, na medida em que ele se torna portador dessas características ao interagir com outros sujeitos e ao ser influenciado por uma estrutura social. Há, desde a infância, a

negociação, nem sempre pouco violenta, desses papéis que são atribuídos ao sujeito na hora em que seu sexo biológico é dito. (MEDEIROS, 2017, p.57).

A negativa também é outra característica linguística que se sobressaiu, e que é expressa de forma contundente: “não sou” e “não curto”. Trata-se de uma marca clara de diferenciação, de demarcação e afastamento do que é considerado indesejado. Nesse caso, o indesejado é qualquer característica que seja entendida como feminina.

## Linguagem hipersexualizada

Outra regularidade discursiva que também se faz presente nos enunciados observados é a linguagem pornográfica e hipersexualizada. 325 responderam a seção “Sobre Mim” com alguma conotação sexual, o que corresponde a 27% dos perfis que preencheram o campo. Isso sem considerar a utilização de fotos de teor sexual, que também apareceram em nosso estudo.

Tais usuários que utilizam tais marcas discursivas possuem forma de se comunicar mais direta e, por vezes, bastante explícita: “O que curte? Tem nudes? Manda foto que retribuo”; “chamou manda foto vou retribuir se for pra ficar enrolando nem chama passa pra outro to aqui pra fuder e ser fudido”; “Moreno bronzeado, bissexual, dotado com 20cm, pau grosso e duro como ferro”; “curto prazer importante fazer gostoso”; “22 anos gosto de caras ATV que fode sem ter dó do cu n sou afeminado e também n curto afeminados gosto de ser dominado ou submisso quer fuder”; “Sou ativo e procuro caras passivos, caras que gostem de dar o cu, de mamar uma pomba até o leite sair” são alguns casos encontrados.

Conner (2019) argumenta que o Grindr é estruturado ou pré-configurado para produzir performances hipersexualizadas e heteronormativas. E que, a interface do Grindr reduz os usuários a um ícone pequeno e título. Nota-se, pelos exemplos acima, que esses perfis se valem de idade, tipo

de corpo, fotos (fotos nuas, as chamadas “nudes”) e, até mesmo, do tamanho das suas genitálias para serem bem-sucedidos no jogo da sedução.

A cada descrição, fica ainda mais claro que a busca de um corpo ideal é primordial e, portanto, os discursos são enfáticos e os indivíduos lançam de forma direta o que se busca: “Seja direto! Não faça pergunta idiota! Curto caras discretos, limpos, machos e com corpo bacana, nada de velhos ou gordos, nada contra só não me atrai, chamou manda foto e vamos ver o que rola”; “Macho discreto e bonito em busca do mesmo”.

A genitália é propaganda que muitas vezes está presente no próprio *username*. Essa marca se repete constantemente ao longo do corpus: “Sou ATIVO, 19 cm...”; “N tenho tesão em Afm. Magro. 20cm. Sigilo”; “Macho discreto com 22cm grosso afim de curtir com outros dotados”. Assim, Bonner-Thompson (2017) afirma que uma subjetividade sexualizada pode buscar produzir masculinidades de estilo de vida. A regulação de masculinidades, estilos de vida e sexualidades estão, portanto, emaranhados em como os homens que usam Grindr produzem seus corpos digitais.

O Grindr leva seus usuários a imagens estereotipadas encontradas na mídia gay. No entanto, essas “tribos” são moldadas por interações off-line, anúncios e outras mídias. O resultado da escolha de uma categoria autoidentificada é muitas vezes uma performance exagerada em que os indivíduos acabam se apresentando como caricaturas, o que neste estudo significa apresentar versões hipersexualizadas e extremamente masculinas de si mesmo - possibilitadas pela maior disponibilidade de tecnologia baseada em imagens (WALSH AND BAKER, 2017; ZHAO, 2011, apud CONNER, 2018, p.7, tradução nossa).

O ato sexual se impõe como fim em si próprio, fechando-se as portas para conexões pré-sexuais extensas. Diante do cotidiano acelerado dos moradores das urbes, as dinâmicas sociais passam a requerer agilidade, e se cria uma sensação de que não há “tempo a perder”. A utilização dessas marcas lexicais sexuais exprime puramente o desejo e o objetivo fim da qual se destina a



expectativa desses indivíduos. Assim, tais enunciados organizam a apresentação e reorganizam a dinâmica para se enquadrarem no universo digital, onde quem comunica bem dentro das regras, tem maior grau de sucesso.

## Considerações finais

Diante dos dados obtidos nesse trabalho, verifica-se ainda a prevalência de uma formação discursiva heteronormativa, conservadora e muitas vezes misógina em que indivíduos que buscam um parceiro ideal nos aplicativos de relacionamento do mesmo sexo preferem, em suas relações, maximizar sua segurança (contra a vulnerabilidade e exposição) nos contextos que pressupõem a heterossexualidade. Além disso, a criação de um corpo digital (ethos) exalta características corpóreas também ligadas ao “mito viril” exposto durante este trabalho. A hipersexualização dos corpos desses homens é uma das características de comunicação na hora desenvolver um perfil atrativo. Aqui, o tamanho, a forma, e toda fisionomia física são elementos que se colocam no centro do discurso.

As textualidades inseridas nos perfis analisados demonstram que grande parte das descrições e autorrepresentações de si são baseadas no perfil do “macho de verdade”, “fora do meio”, que exerce sua sexualidade no “sigilo” e que se apresenta como “não afeminado”. O reforço de uma formação discursiva opressora por um grupo historicamente vitimizado por ela, como forma de segurança ou meio de aceitação social, se mostra uma das grandes perversidades dos sistemas hegemônicos. As palavras com carga ideológica LGBTQfóbica e misóginas proferidas possuem impacto negativo significativo na vida desses indivíduos e criam lacunas profundas de intolerância. Como abordamos na introdução deste trabalho, os dados por crimes e mortes de homofobia são alarmantes. E tais discursos contribuem para esses números.

Ao longo do tempo, discursos que contrapõem essa hegemonia estão na linha de frente na busca por igualdade e galgando novas formas de reconhecimento. Visualizar a realidade de



sociabilidades como as do aplicativo Grindr evidencia o quanto ainda é preciso persistir, informar e criar alternativas a essas narrativas.

## Referências

- ALBUQUERQUE JR., D. M. A. “**Quem é froxo não se mete**”: violência e masculinidade como elementos constitutivos da imagem do nordestino. In: Projeto História, São Paulo, 1999, p. 173-188.
- ALLARD, L. **Blogs, Podcasts, Tags, Mashups, Cartographies, Locative Medias**: Le tournant expressiviste du web. Ed. 21. Médiamorphoses, 2007, p.57-62.
- BONNER-THOMPSON, C. ‘The meat market’: production and regulation of masculinities on the Grindr grid in Newcastle-upon-Tyne, UK. **Gender, Place & Culture**, 24:11, 1611-1625, 2017.
- BOURDIEU, P. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.
- CARVALHO, C. A. **Jornalismo, Homofobia e Relações de Gênero**. Curitiba: Appris, 2012.
- CONNER, Christopher T. The Gay Gayze: Expressions of Inequality on Grindr. The **Sociological Quarterly**, 60:3, 397-419, DOI: [10.1080/00380253.2018.1533394](https://doi.org/10.1080/00380253.2018.1533394), 2019.
- COUTO, E. S. **Corpos voláteis, corpos perfeitos**: Estudos sobre estética, pedagogias e políticas do pós-humano. Salvador: EDUFBA, 2012.
- FOUCAULT, M. **A história da sexualidade**: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1999.
- GGB. Relatório GGB 2017. Salvador, 2018. Disponível em: <https://homofobiamata.files.wordpress.com/2017/12/relatorio-2081.pdf>. Acesso em: jan. de 2020.
- GROHMANN, R. **Não sou/ não curto**: sentidos circulantes nos discursos de apresentação do aplicativo Grindr. In: Sessões do Imaginário, v. 21, n. 35. Porto Alegre, 2016, pp. 70-79.
- ILLOUZ, E. **O Amor nos Tempos do Capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- MACHADO, Felipe. **Homens que se veem: Masculinidades nas revistas Junior e Men's Health Portugal**. Vol. 1. Ouro Preto: 2018. Disponível em: <https://www.editora.ufop.br/index.php/editora/catalog/book/150>. Acessado em: jan. de 2020.
- MEDEIROS, Ettore S. De “não curto afeminado nem pra amizade” a “por que tantos heteronormativos?”: masculinidades e discursos dominantes e táticos nas fachadas do Grindr. **Revista Ártemis**, Vol. XXIII nº 1; jan-jun, 2017. pp. 55-62.
- MISKOLCI, Richard. **Desejos Digitais**: uma análise sociológica da busca por parceiros on-line. 1 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- SEDGWICK, E. K. **Epistemology of the Closet**. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1991.
- TAMAGNE, F. **The History of Homosexuality in Europe**: Berlin, London, Paris 1919-1939. United States: Algora Publishing, 2004.
- VIEIRA, J. SEPÚLVEDA, R. A autoapresentação dos portugueses na plataforma de online dating Tinder. **Observatorio (OBS) Journal**, v.11. 153-185, 2017.
- VIGARELLO, G. Virilidades esportivas. In: CORBIN, A.; COURTINE, J. J.; VIGARELLO, G. **História da virilidade**: a virilidade em crise? Séculos XXXXI. Petropolis, RJ: Vozes, 2013. (p. 269 - 301).