

Revista
Latino-americana de

Geografia e Gênero

Volume 11, número 1 (2020)

ISSN: 2177-2886

Artigo

O Ciberespaço e a Geografia: Notas Iniciais sobre Homens que Buscam Parceiros do Mesmo Sexo no Aplicativo Tinder em Rio Grande – RS

*Ciberspacio y Geografia: Notas Iniciales sobre
Hombres que Buscan Parejas del Mismo Sexo en la
Aplicación Ttinder en Río Grande – RS*

*Cyberspace and Geography: First Notes about Men
Seeking Same-Sex Partners at the Tinder App in Rio
Grande - RS*

Diego Miranda Nunes

Universidade Federal do Rio Grande - Brasil
diego_rgnunes@yahoo.com.br

Susana Maria Veleda da Silva

Universidade Federal do Rio Grande - Brasil
sucasilva@yahoo.com.br

Como citar este artigo:

NUNES, Diego Miranda; SILVA, Susana M. Veleda da. O Ciberespaço e a Geografia: Notas Iniciais sobre Homens que Buscam Parceiros do Mesmo Sexo no Aplicativo Tinder em Rio Grande – RS. **Revista Latino Americana de Geografia e Gênero**, v. 11, n. 1, p. 199 - 215, 2020. ISSN 2177-2886.

Disponível em:

<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/rlagg>

O Ciberespaço e a Geografia: Notas Iniciais sobre Homens que Buscam Parceiros do Mesmo Sexo no Aplicativo Tinder em Rio Grande – RS

Ciberespacio y Geografía: Notas Iniciales sobre Hombres que Buscan Parejas del Mismo Sexo en la Aplicación Ttinder en Río Grande – RS

Cyberspace and Geography: First Notes about Men Seeking Same-Sex Partners at the Tinder App in Rio Grande - RS

Resumo

O artigo versa sobre visibilizar as espacialidades de sujeitos que buscam parceiros do mesmo sexo no Aplicativo Tinder no município do Rio Grande – RS. Assim, apontando em notas iniciais uma reflexão sobre o ciberespaço como um campo potente de investigação pelas Ciências Humanas, em especial, pela Geografia. A metodologia utilizada se deu através da inserção do pesquisador no espaço do App, por meio da realização de um questionário semiestruturado online a 154 homens, em um raio de 31km, a partir da Universidade Federal do Rio Grande, no período de 19 de fevereiro a 1º de março de 2018. Esse nos possibilitou perceber que o grupo pesquisado é composto por homens predominantemente brancos, jovens, universitários, oriundos de religiões de matriz africana e que lidam com suas sexualidades de forma aberta.

Palavras-Chave: Ciberespaço; Aplicativo Tinder; Geografia; Gênero.

Resumen

El presente trabajo es un recorte de una investigación de maestría ya terminada. Con el objetivo inicial de visibilizar espacialidades y sujetos que buscan parejas del mismo sexo en la Aplicación Tinder en la ciudad de Río Grande - RS. Por lo tanto, señalando en las notas iniciales una reflexión sobre el ciberespacio como un potente campo de investigación de las Ciencias Humanas, especialmente de la Geografía. La metodología utilizada fue mediante la inserción del investigador en el espacio de la aplicación, aplicando un cuestionario semiestruturado en línea a 154 hombres. Esto nos permitió darnos cuenta de que el grupo investigado está compuesto predominantemente por hombres blancos, jóvenes, estudiantes universitarios, de religiones africanas que tratan su sexualidad de manera abierta.

Palabras-Clave: Ciberespacio; Aplicación Tinder; Geografía; Género.

Abstract

The present work is a clipping of a finished masters research. With the initial aim to make visible spatialities and subjects who seek same-sex partners in the Tinder Application in the city of Rio Grande (RS). Thus, it proposes, in some initial notes, a reflection on cyberspace as a potent field of investigation by the Human Sciences, especially by Geography. The methodology used was the insertion of the researcher in the App space, in order to apply an online semi-structured questionnaire to 154 men. This made it possible for us to realize that the researched group is predominantly composed of white men, young people, college students, from African religions, who deal with their sexualities in an open manner.

Keywords: Cyberspace; Tinder Application; Geography; Gender.

Diego Miranda Nunes, Susana Maria Veleza da Silva,



Introdução

O trabalho que aqui socializamos, primeiramente fala de sentimentos, do envolvimento do pesquisador com seu objeto de estudo. Segundamente, é produto de uma relação que nos tira da zona de conforto para pensar quais são os limites da ciência. Neste primeiro parágrafo, já gostaríamos de deixar claro que a temática causou/causa certos desconfortos em alguns segmentos da sociedade. Assim, acreditamos que se desacomodou/desacomoda, é porque atingiu algum objetivo - seja ele positivo ou não. O artigo é resultado do encontro do pesquisador com as Geografias Feministas, fundamentais para este processo e esta temática.

O estudo na sua integralidade foi muito criticado em fevereiro de 2019, quando um político, ligado a um partido conservador, resolveu publicizá-lo em suas redes sociais, com alcance a milhões de pessoas. Então, já deixamos claro desde o início que os desconfortos são inevitáveis, porém, necessários de se fazer. Quando nos silenciemos com situações que nos oprimem, estamos permitindo que outros(as) pesquisadores(as) não consigam avançar em determinados temas de pesquisas. E a geografia nos possibilita subverter isso, propondo um diálogo intenso com grupos historicamente marginalizados.

Nosso propósito com esta escrita é contribuir para que outros(as) pesquisadores(as) se sintam à vontade em pesquisar essas e outras possibilidades na geografia, além de combater qualquer tipo de opressão à ciência, em particular, àquilo que é produzido dentro do campo geográfico. Também gostaríamos de apontar, nesta introdução, que são notas iniciais, justamente por compreender que os dados que aqui são apresentados tomam outros caminhos, a partir de múltiplos olhares.

Assim, destacamos que o objetivo deste artigo vai além das exigências cartoriais, tendo por finalidade dar visibilidade ao virtual, um espaço já concebido pela ciência geográfica, apresentando os sujeitos e sua relação com os espaços online. Entendemos que a própria produção do espaço virtual, relacionada ao avanço das formas de comunicação via internet, impõe um desafio ao pensamento sobre o espaço geográfico: sobre a realidade da relação entre sujeitos, tempos e espaços; sobre o material e o imaterial; sobre relação entre corpos e espaços; sobre mediações espaciais das relações afetivas e de poder; sobre questões de escala.

Frisamos que refletir sobre o espaço virtual, atravessados por marcadores sociais, como gênero, raça, etnia e geração é um grande desafio. Acreditamos, assim como Silva e Omat (2016) que o espaço não é neutro, ele é pautado por esses marcadores. Neste sentido, o espaço virtual é produzido pelos sujeitos e para os sujeitos, são interações produzidas por corpos, seus signos e compartilhamentos específicos. E essas interações produzem socioespacialidades possíveis, transgredindo a ordem hegemônica, quando buscamos compreender o público gay.

A ciência geográfica por muitos anos se debruçou em explicar o espaço a partir de diferentes vertentes epistêmicas. O virtual apresenta-se como um meio técnico nos quais as pessoas se apropriam ou, por outro lado, são apropriadas por relações de controle e disciplina, mobilizando, assim, seus

sentimentos – as relações giram em uma dialética que conduz tanto à disciplina dos corpos como as suas invenções, autenticidades e criatividade.

Nada é tão geográfico e contemporâneo do que um estudo que busca entender as relações humanas mediadas pelo espaço virtual. Ou ainda, nos utilizando de uma vasta bibliografia sobre gênero e geografia para defender a ideia de que as Ciências Humanas produzem conhecimento científico e de qualidade, e que nas humanidades buscamos compreender e minimizar as desigualdades sóciopolíticas-espaciais, tão atuais nos dias de hoje.

A potência é compreender a relação dos sujeitos que são criativos/táticos e como eles administram os seus prazeres e vontades através do virtual. O ciberespaço, defendido por Lévy (1999), é parte importante deste estudo. O século XXI é marcado por uma imersão na cibercultura, algo novo e inédito para a Geografia, e extremamente potente de investigação.

Metodologias On-Line

Apontamos aqui os caminhos metodológicos, entendendo que estes estão situados no tempo e no espaço, oriundos de olhares sobre determinado grupo. Assim, utilizamos um questionário semiestruturado on-line elaborado por meio do Google, formulários com 32 questões, abertas, fechadas e de múltipla escolha. Aplicamos em 154 homens que buscavam parceiros do mesmo sexo no aplicativo Tinder em Rio Grande, no período de 19 de fevereiro a 1º de março de 2018, em um raio de 31km, a partir da Universidade Federal do Rio Grande. Esses questionários foram respondidos através da interação do pesquisador no espaço do aplicativo com os sujeitos.

O processo de delimitação do raio deve-se ao fato de não trabalhar com outros municípios, por mais que o aplicativo seja dinâmico, o nosso foco de estudo é apenas o município do Rio Grande. O período escolhido pode ser justificado ao considerarmos o fato da cidade ser litorânea e esse coincidir com a baixa temporada na Praia do Cassino que, ao nosso ver, poderia interferir no resultado do estudo.

A aplicação do questionário foi realizada de forma manual. Entramos no espaço do aplicativo, combinamos¹ com 154 homens e, a partir disso, explicamos como se daria o estudo e enviamos o questionário. Salientamos que o mesmo foi feito de forma anônima, espontânea e que os sujeitos estavam cientes da publicação dos dados, a partir de um rigor científico.

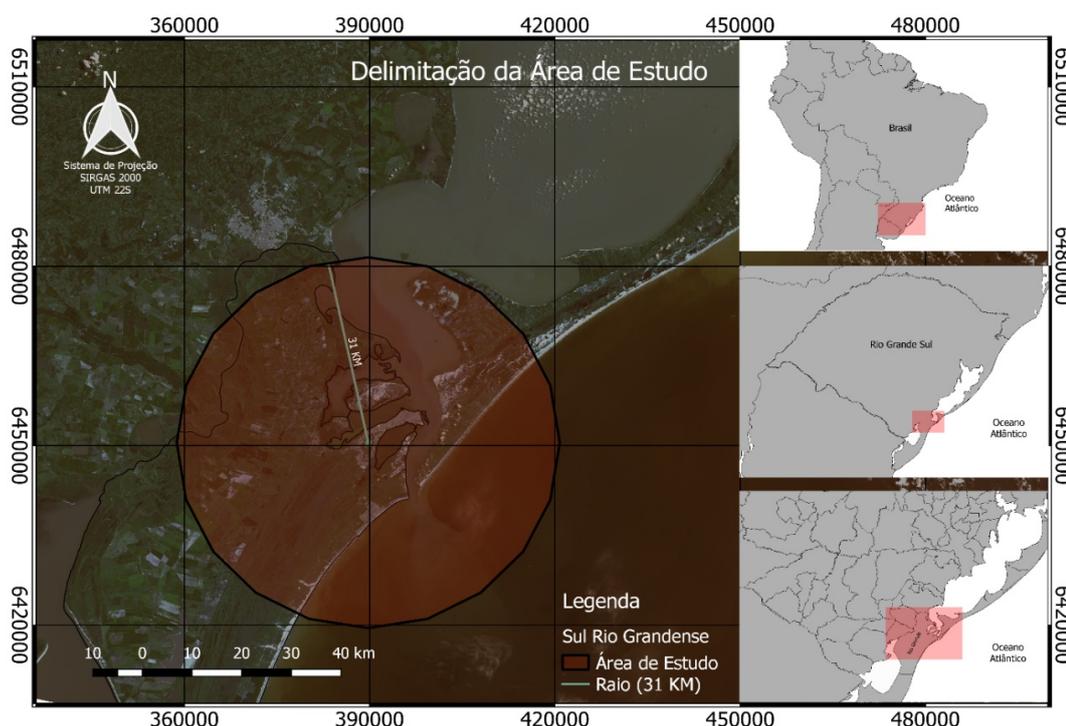
Nos últimos anos, os questionários on-line têm se tornado uma ferramenta útil nas pesquisas em Ciências Humanas, nas quais se pretende ampliar o campo de investigação. O escape dos meios tradicionais de fazer a produção dos dados nos possibilita uma maior interação com os sujeitos, acompanhando as tendências tecnológicas do século XXI, bem como a dinâmica dos entrevistados. Assim, viabiliza que esses possam responder pelo celular, durante o caminho para o trabalho, para a faculdade ou em algum momento de descanso. Além de permitir realizar pequenas correções ao longo da aplicação dos questionários, sem que as respostas sejam alteradas.

1 O termo combinar utilizado aqui se refere a interação a partir de uma janela de conversação do próprio aplicativo.

Área de Estudo

O estudo foi realizado em Rio Grande, localizado no extremo sul do Estado do Rio Grande do Sul, a 32°2'06" de Latitude Sul e 52°5'56" de Longitude Oeste. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), descreve uma população estimada em 2017 de 209.378 habitantes. O recorte espacial é delimitado a partir de um raio de 31 km, usando como ponto de referência a Universidade Federal do Rio Grande – FURG. O ponto de partida da pesquisa encontra-se situado no primeiro distrito do município, dos cinco que possui, conforme mostramos no mapa 1.

MAPA 1: Delimitação da área de estudo.



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

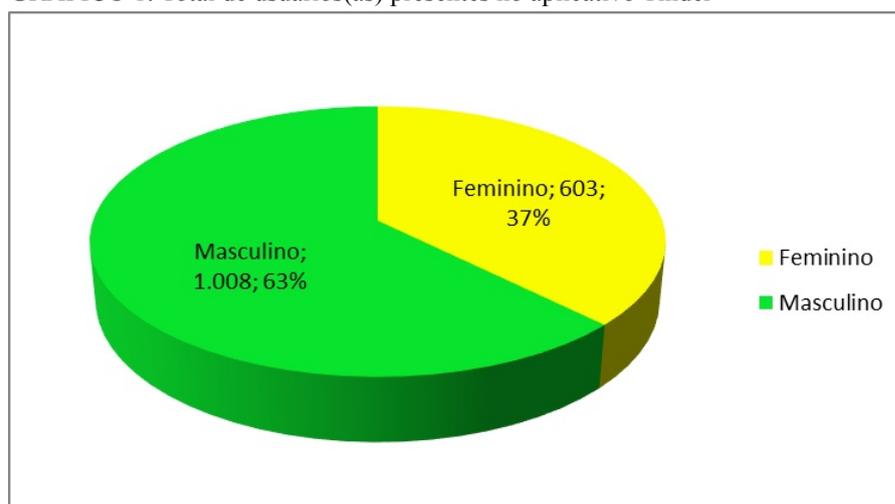
Sujeitos Online. Quem São?

A cibercultura possibilitou a interação entre os sujeitos, situados em diferentes espaços e contextos. E os aplicativos de relacionamentos oportunizaram novas formas de sociabilidade, agora mediadas virtualmente e geolocalizadas. Apresentamos aqui o número aproximado de usuários(as) que se encontravam no aplicativo no período delimitado. O uso de “aproximadamente” se dá devido à fluidez do aplicativo e à dinâmica do público que se encontra nele. Ao analisar o gráfico 1, notamos que 63%, correspondendo a 1.008 pessoas, são do sexo masculino. E 37%, o que representa 603 pessoas, são do sexo feminino (utilizamos sexo e não gênero, pois assim o aplicativo se apresenta). Totalizando, assim, aproximadamente, 1.611 usuários(as).

Diego Miranda Nunes, Susana Maria Veleza da Silva,



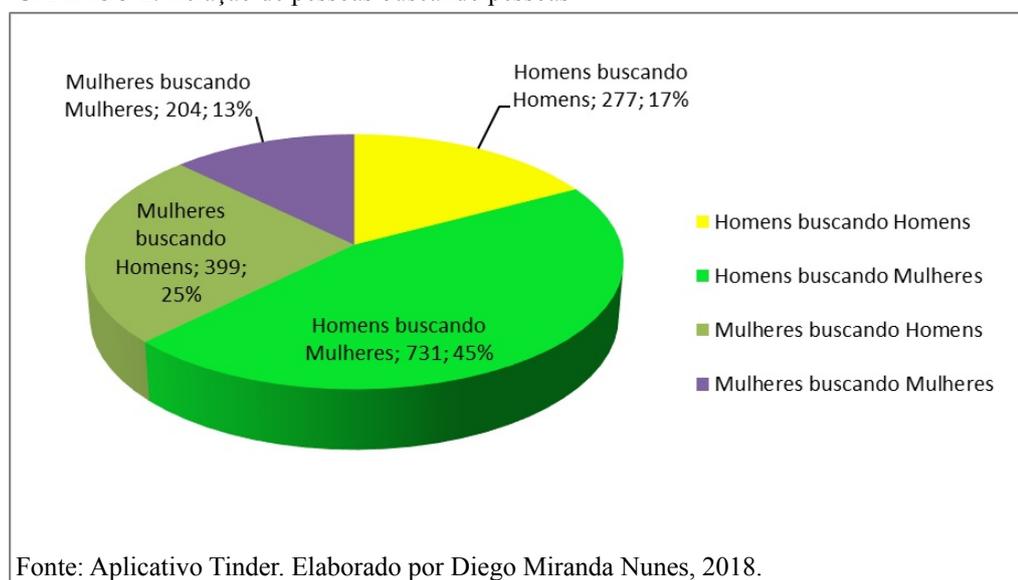
GRÁFICO 1: Total de usuários(as) presentes no aplicativo Tinder



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

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

GRÁFICO 2: Relação de pessoas buscando pessoas



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

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

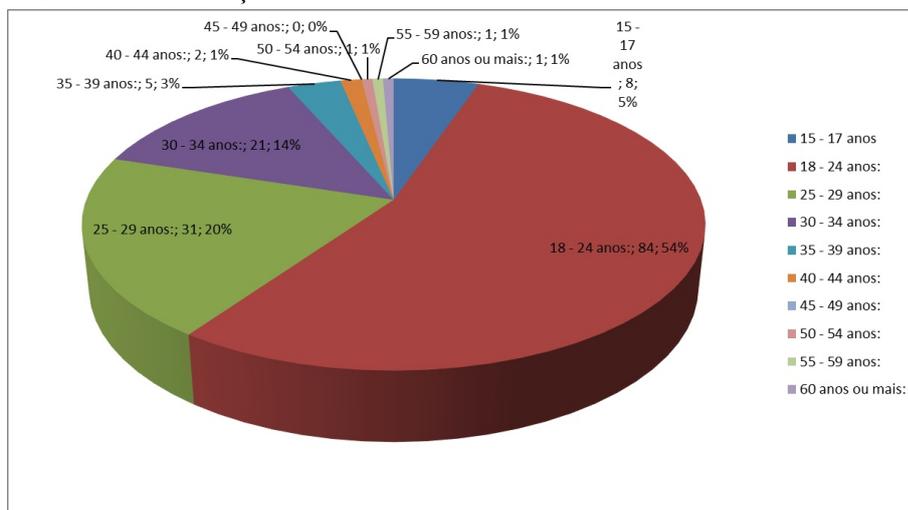
Na análise do gráfico, percebemos que o maior público está concentrado

Diego Miranda Nunes, Susana Maria Veleza da Silva,

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

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

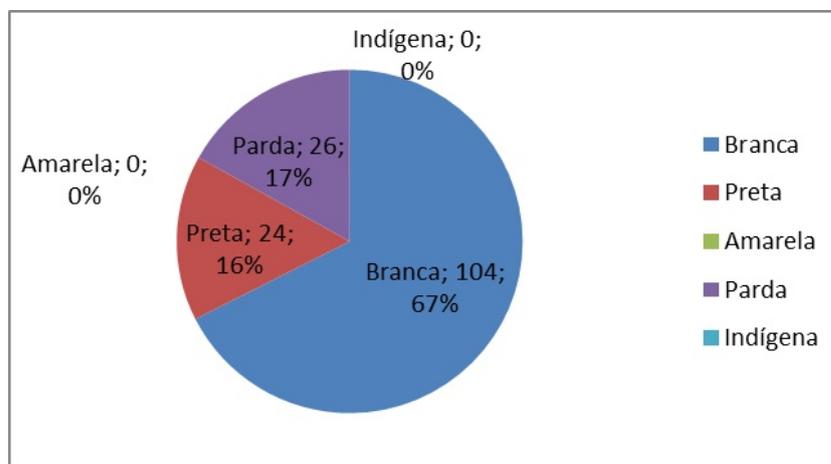
GRÁFICO 4: Cor/Raça



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

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

GRÁFICO 3: Faixa etária

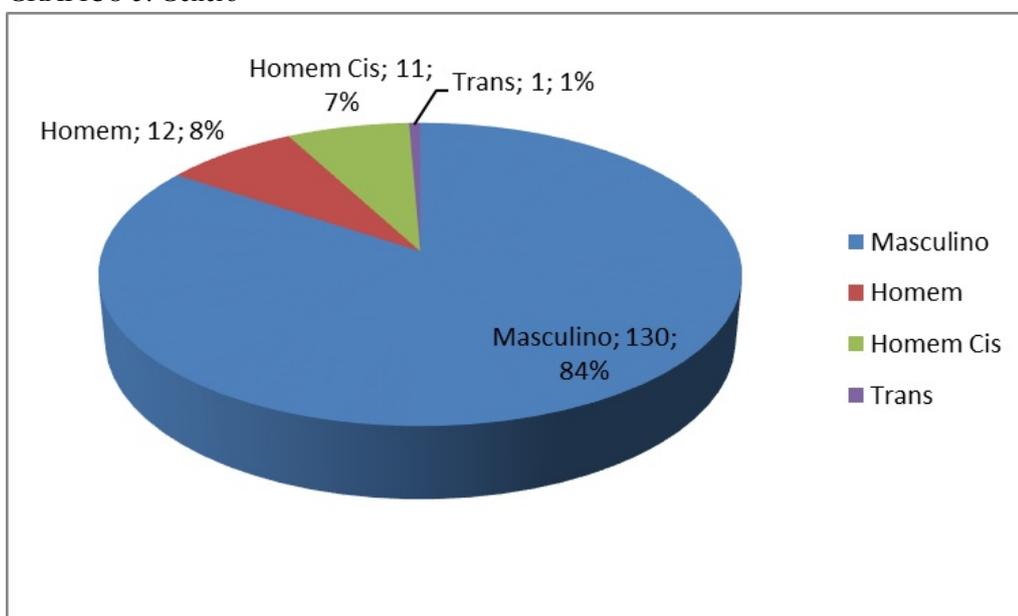


Fonte: Questionário do Google Forms. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

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

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

GRÁFICO 5: Gênero

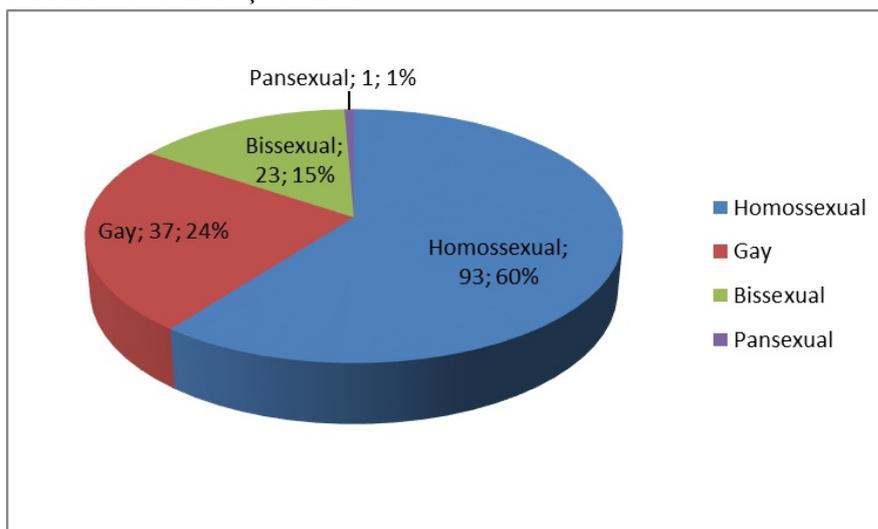


Fonte: Questionário do Google Forms. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

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

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

GRÁFICO 6: Orientação sexual

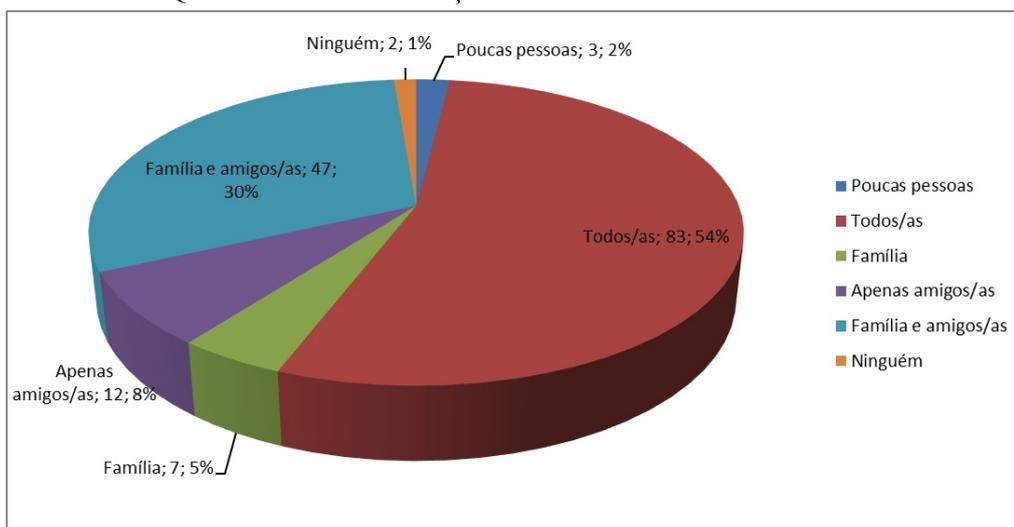


Fonte: Questionário do Google Forms. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

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

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

GRÁFICO 7: Quem sabe sobre a orientação sexual



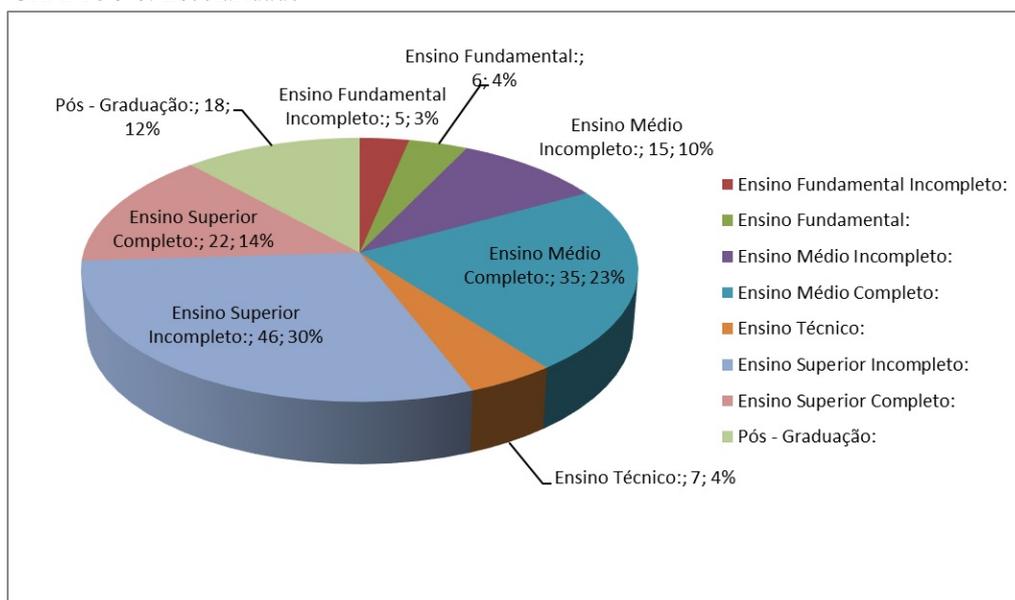
Fonte: Questionário do Google Forms. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

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

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

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

GRÁFICO 8: Escolaridade

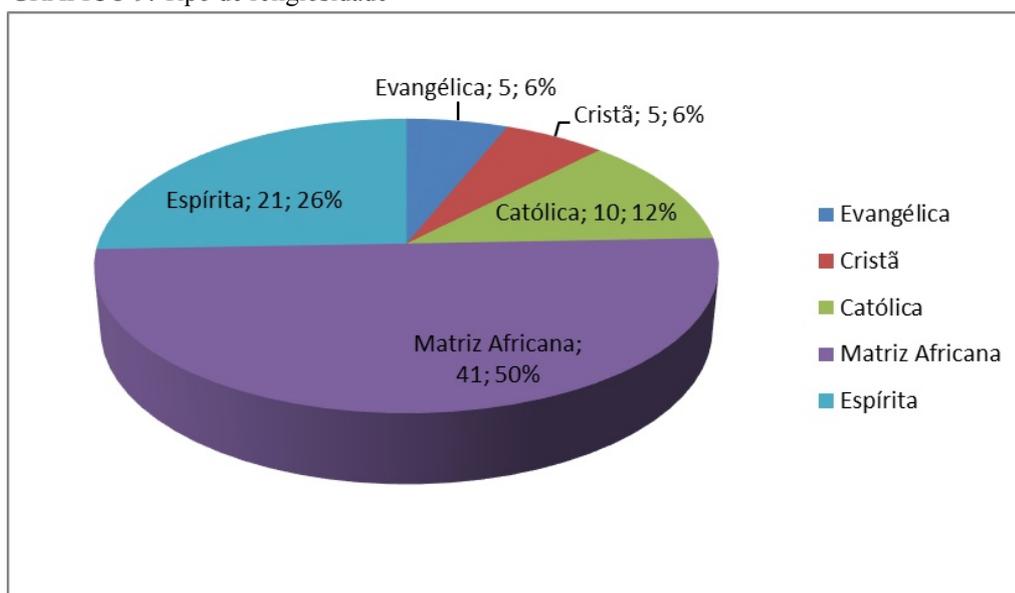


Fonte: Questionário do Google Forms. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

Na questão referente ao gráfico 9, trabalhamos com um total de 82 respostas, abrangendo aqueles que disseram possuir alguma religião. Essa pergunta é aberta, e só era necessário responder caso a resposta fosse afirmativa na questão sobre religiosidade.

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

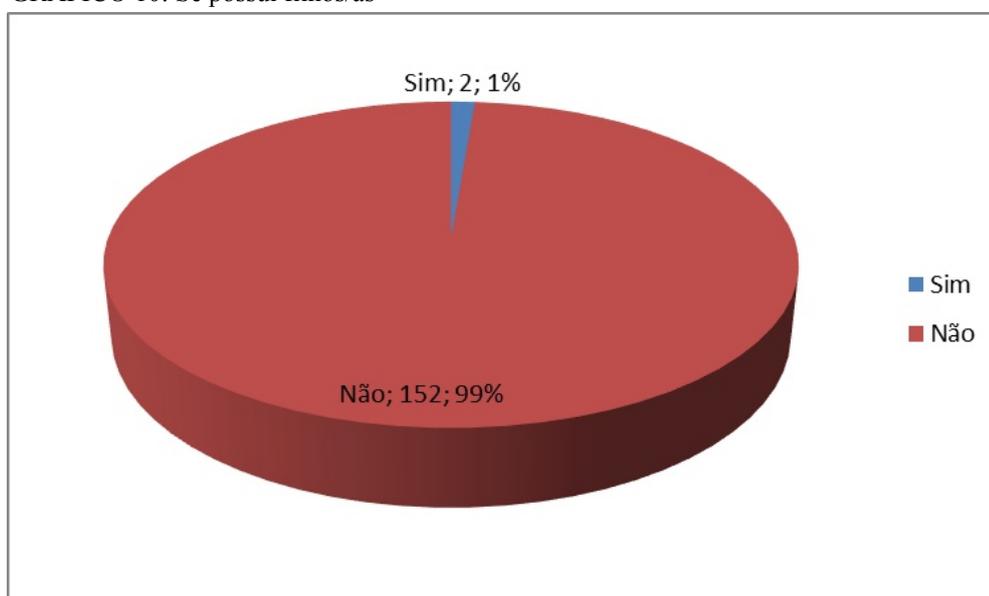
GRÁFICO 9: Tipo de religiosidade



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

No gráfico 10, produzido por meio de uma questão fechada, indagamos os usuários sobre possuírem filhos(as) ou não. Percebemos que a maior fatia, 99%, diz não possuir filhos, referente a 152 respostas. Apenas 1% relata possuir filhos(as), indicando dois usuários.

GRÁFICO 10: Se possui filhos/as



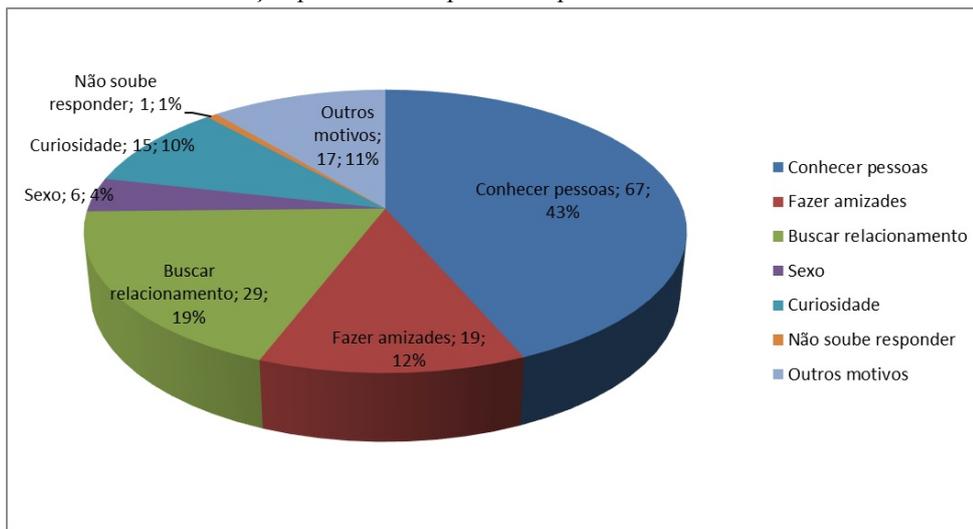
Fonte: Questionário do Google Forms. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.

A questão que gerou o gráfico 11 é referente ao motivo que levou os usuários a criarem um perfil no aplicativo Tinder. Essa pergunta é aberta, e as respostas foram agrupadas em: conhecer pessoas, fazer amizades, buscar relacionamentos, sexo, curiosidade, não soube responder e outros motivos. A maior fatia do gráfico, correspondente a 43%, equivalente a 67 usuários, relata que a motivação está em conhecer pessoas.

O Ciberespaço e a Geografia: Notas Iniciais sobre Homens que Buscam Parceiros do Mesmo Sexo no Aplicativo Tinder em Rio Grande – RS

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

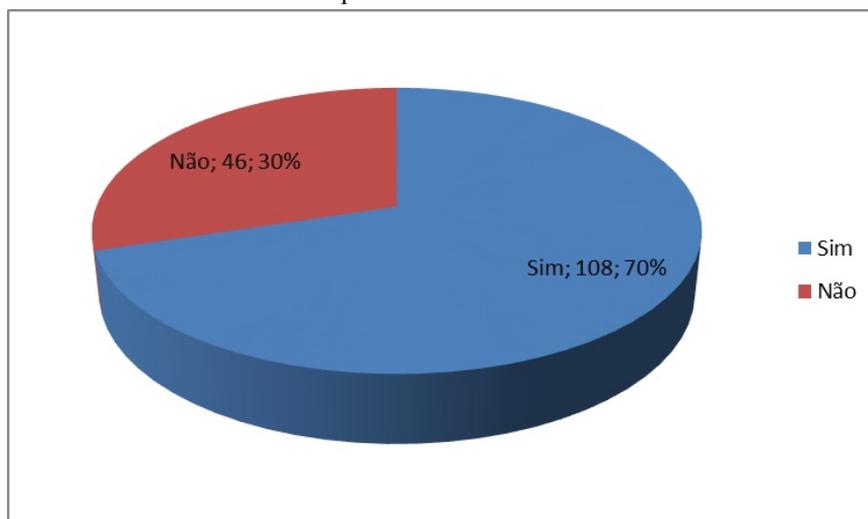
GRÁFICO 11: Motivação para criar um perfil no aplicativo Tinder



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

No gráfico 12, apresentamos os questionamentos sobre a utilização de outros aplicativos de relacionamentos além do aplicativo Tinder. A pergunta era fechada, com respostas sim ou não. 70% relataram usar outros apps, o que corresponde a 108 usuários e 30% dizem que não usam outros aplicativos, totalizando 46 respostas.

GRÁFICO 11: Utiliza outros aplicativos além do Tinder



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

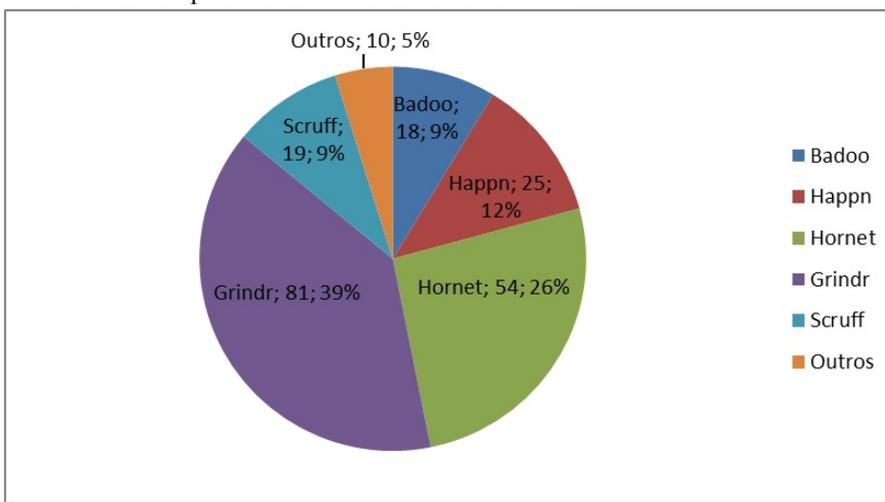
Diego Miranda Nunes, Susana Maria Veleza da Silva,



No gráfico 12, produzido a partir de uma questão fechada, perguntamos qual ou quais dos aplicativos listados eram utilizados por aqueles 108 usuários que responderam utilizar outros espaços além do Tinder. Salientamos que essa questão permitia que fossem selecionadas mais de uma opção. Os apps listados vão ao encontro da pesquisa IBOPE (2016), a qual apontou os aplicativos mais utilizados no Brasil.

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

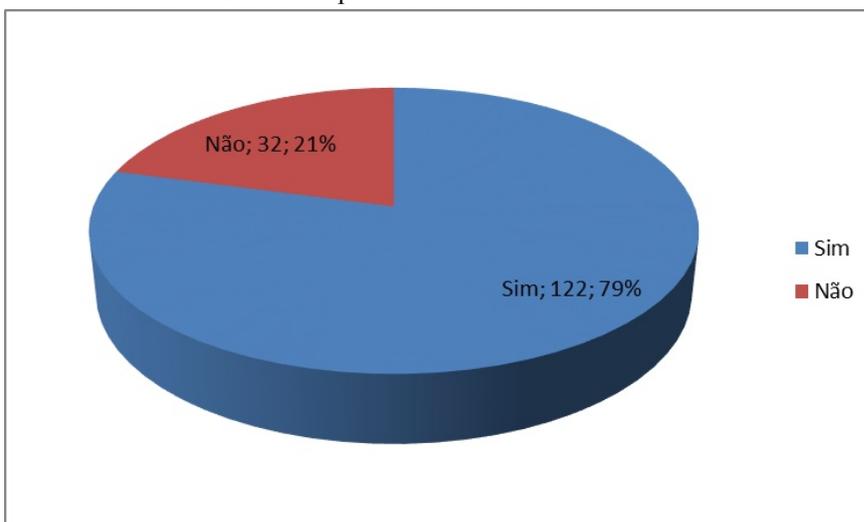
GRÁFICO 12: Aplicativos utilizados além do Tinder



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

No gráfico 13, quando questionados sobre existir um tipo de homem mais procurado no aplicativo Tinder, 79% relatam que sim, existem homens mais procurados no app, correspondendo a 122 respostas e 21% dizem que não, totalizando 32 usuários que acreditam que não existe um ideal de homem nesse espaço virtual.

GRÁFICO 11: Utiliza outros aplicativos além do Tinder



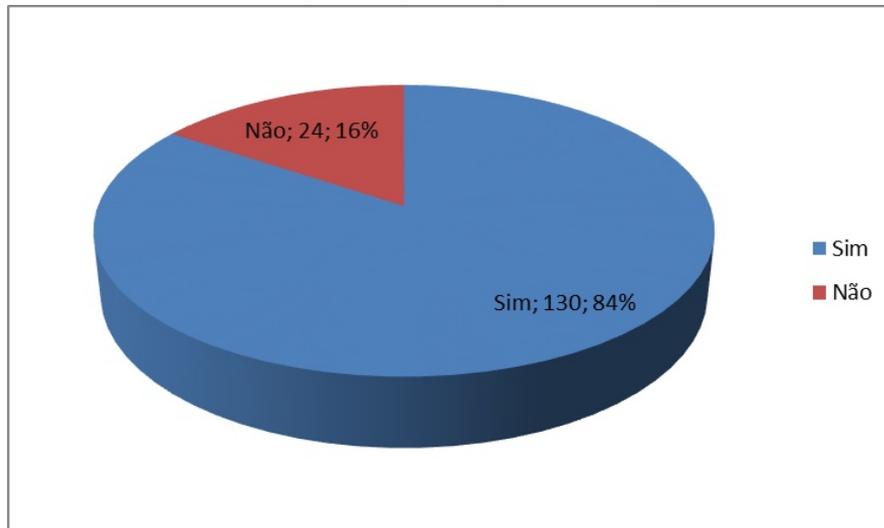
Fonte: Questionário do Google Forms. Elaborado por Diego Miranda Nunes, 2018.



O Ciberespaço e a Geografia: Notas Iniciais sobre Homens que Buscam Parceiros do Mesmo Sexo no Aplicativo Tinder em Rio Grande – RS

No gráfico 14, quando questionados sobre existir um tipo de corpo mais procurado no aplicativo Tinder, 84% relatam que sim, existe um tipo de corpo mais procurado no app, correspondendo a 130 respostas. E 16% dizem que não, totalizando 24 usuários que acreditam que não existe um ideal de corpo.

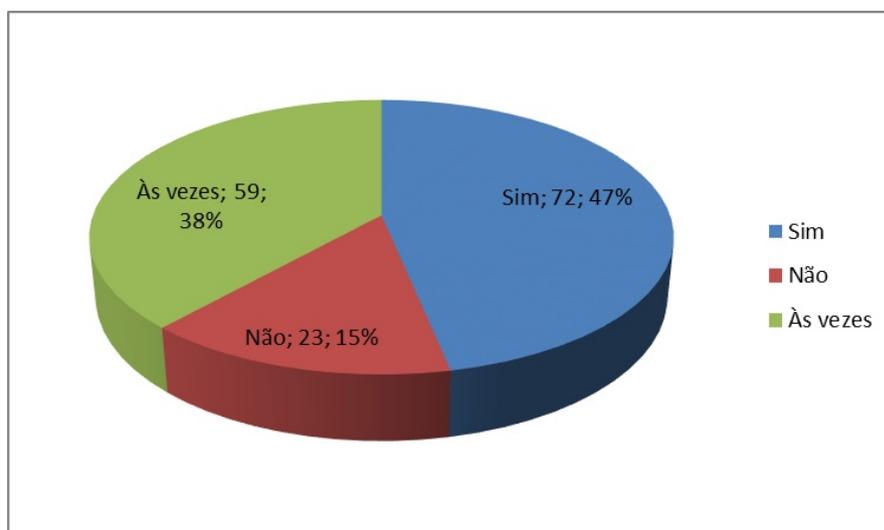
GRÁFICO 14: Existe um tipo de corpo mais procurado no App Tinder



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

Aferimos, a partir dos gráficos 14 e 15 que existem tipos de homens e corpos mais procurados no aplicativo Tinder, representando a maior fatia. Por fim, apontamos, no gráfico 15, os espaços físicos de sociabilidade como baladas, shoppings e cinemas.

GRÁFICO 15: Sobre utilizar outros espaços de sociabilidade, como baladas, shoppings, cinemas para encontrar parceiros



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

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

Diego Miranda Nunes, Susana Maria Veleza da Silva,

respostas e 38% dizem que às vezes usam esses espaços para procurar parceiros, correspondendo a 38 usuários.

Alguns Apontamentos e Deslocamentos

Apontamos que é importante refletir sobre a comunicação mediada pela internet, ela reconfigura os espaços de interação entre os sujeitos. Ao longo dos 15 gráficos apresentados, podemos aferir quem são os homens que buscam parceiros do mesmo sexo no Aplicativo Tinder em Rio Grande – RS. Destacando que sua maioria é composta predominantemente por homens jovens, na faixa etária dos 18 aos 24 anos, oriundos de religiões de matriz afro, universitários e que utilizam outras redes de sociabilidade, tanto físicas quanto virtuais. Por meio das observações, é também possível afirmarmos que lidam de forma “aberta” com a sua orientação sexual.

Nesse último ponto, cabe salientar que o virtual é visto como libertador, facilitador de contatos. Miskolci (2017) relata que a internet comercial garantiu que usuários pudessem trocar experiências afetivo-sexuais com parceiros do mesmo sexo a partir de um relativo anonimato. Nesse cenário, buscar parceiros do mesmo sexo, facilitou as relações homossexuais em troca da manutenção do sigilo. Com isso, pensamos como Miskolci, que a internet:

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

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

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

Diego Miranda Nunes, Susana Maria Veleza da Silva,

do órgão genital (MISKOLCI, 2012, p. 35).

É muito comum encontrarmos em aplicativos de relacionamentos usuários que se dizem “discretos e fora do meio”, em uma tentativa de performar uma hipermasculinidade. Concordamos com Miskolci (2015) quando este ressalta que “a homossexualidade continuou a ser avaliada negativamente em homens femininos, travestis e associada – muitas vezes de forma mecânica e equivocada – a transexuais e crossdressers” (p. 68).

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

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

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

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

Por último, destacamos que este estudo visibiliza uma temática delicada no campo geográfico, principalmente no período conservador que vivemos. Compreender a relação de homens buscando outros homens em aplicativo de relacionamento como algo da Geografia é deslocar pessoas a refletirem sobre o que essa ciência ainda pode estudar. Existe um vasto campo de temáticas ainda não estudadas pela Geografia, por vezes, não visibilizados. Assim, finalizamos afirmando que o estudo em questão possibilita abrir caminhos para que outros(as) pesquisadores(as) possam estudar tais temáticas, dando voz a sujeitos que são silenciados diariamente.

Referências

BELELI, Iara. O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais. **Cadernos Pagu**, n. 44, p. 91 - 114, 2015.

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

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

MISKOLCI, Richard. Discreto e fora do meio – Notas sobre a visibilidade sexual contemporânea. **Cadernos Pagu**, n. 44, p. 61 – 90, 2015.

MISKOLCI, Richard. A Gramática do Armário [online]: notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas mediadas digitalmente. In: PELÚCIO, Larissa [*et al*] (orgs.). **Olhares plurais para o cotidiano**: gênero, sexualidade e mídia. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012, p. 32 - 52.

MISKOLCI, Richard. O Armário Ampliado – Notas sobre sociabilidade homoerótica na era da internet. **Gênero**, v. 9, n. 2, p. 171 – 190, 2009.

SILVA, Joseli Maria; ORNAT, Marcio Jose. Corpo como espaço: um desafio à imaginação geográfica. In: PIRES, Cláudia Luísa Zeferino; HEIDRICH, Álvaro Luiz; COSTAS, Benhur Pinós da. **Plurilocalidades dos sujeitos**: representações e ações no território. Porto Alegre: Compasso Lugar-Cultura, 2016, p. 56 – 75.

SILVEIRA, Rosa M. Hessel. A entrevista na pesquisa em educação – uma arena de significados. In: **Caminhos Investigativos II**: outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação/ Marisa Vorraber Costa [Org.]. – 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p. 119 – 141.

TAYLOR, Stephen John.; BOGDAN, Robert. **Introducción a los métodos cualitativos de investigación**. La búsqueda de significados. Buenos Aires: Paidós, 1987.

Recebido em 10 de novembro de 2019.

Aceito em 29 de abril de 2020.

Diego Miranda Nunes, Susana Maria Veleza da Silva,

