



## DE “LACRAIA” AO “NEGÃO DE TIRAR O CHAPÉU”: APONTAMENTOS SOBRE MASCULINIDADES E NEGRITUDES EM APLICATIVOS DE ENCONTROS ENTRE HOMENS<sup>1</sup>

*André Henrique dos Santos Francisco<sup>2</sup>*

As sociedades estão em constante transformação. Nada é estanque: ideias, mentalidades, conceitos, moralidades etc. estão sempre sujeitos à mudança. Algumas mudanças nos padrões de comportamento humano se processaram conjuntamente com as transformações de desejos, expressões e – o mais interessante – acompanhando o advento de uma série de inovações tecnológicas.

Como as mudanças sociais acompanham, entre outros fatores, o desenvolvimento tecnológico, não é de se admirar que o modo como as pessoas se identificam, se conhecem e se relacionam na contemporaneidade tenha adquirido novos contornos e recursos, com o acesso cada vez maior – e mais facilitado – à internet e aos diferentes *gadgets*<sup>3</sup>.

Na década de 1990, ainda nos primórdios de utilização da internet pelo público em geral, algumas das principais finalidades desta rede mundial de computadores eram facilitar a comunicação, estabelecer relações, criar vínculos, desenvolver comunidades e,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VI Seminário Internacional do InEAC, em 27 de novembro de 2018.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA) da Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail:

<sup>3</sup> *Gadgets* (ou *gizmos*) são equipamentos que tem um propósito e uma função específica, prática e útil no cotidiano. São comumente conhecidos por essa alcunha os dispositivos eletrônicos portáteis como PDAs, celulares, leitores de MP3, entre outros. Também pode se referir a pequenos softwares, módulos, ferramentas ou serviços agregados a um ambiente maior (podendo ser chamados de *widgets*). Os *gadgets* possuem um forte apelo de inovação em tecnologia, sendo considerados como tendo um *design* mais avançado ou tendo sido construídos de um modo mais eficiente, inteligente e incomum. Assim, em muitos casos, adquirem uma função social de status (além da lógica finalidade do aparelho), especialmente quando se tratam de equipamentos ostensivos. Há também uma ‘fetichização’ do *gadget*, ou seja, a lógica de mercado alimenta o desejo do público consumidor em possuir determinados *gadgets*, a ponto de alcançar prazer com o status que essa posse proporciona.



é claro, veicular os mais diversos tipos de conteúdo (ABREU, 2009). Com isso, mais e mais serviços voltados para este ambiente foram sendo desenvolvidos, ampliando o espaço da virtualidade na vida das pessoas.

A chamada “vida virtual” hoje se tornou parte integrante da sociabilidade, especialmente dentro das sociedades ocidentais. Há diversos exemplos de plataformas onde avatares são criados e convivem entre si em espaços virtuais de socialização. Em algumas plataformas, conta não apenas o alto grau de detalhamento gráfico e outros quesitos técnicos, mas também importa a dimensão das regras e normas que regem a vida social neste ambiente virtual.

De certa forma, essa crescente virtualização da vida social também explica o sucesso de diversos outros ambientes virtuais, tais como sites de relacionamentos e *social media*: se é verdade a máxima de que a internet encurta distâncias e diminui barreiras, é compreensível e justificada uma transposição da vida social para os ambientes virtuais.

Desse modo, pouco antes da virada do milênio, começaram a surgir os primeiros sites especializados em promover serviços de namoro online<sup>4</sup>, ou seja, apresentam sistemas de introdução pessoal onde as pessoas podem buscar perfis de usuários e entrar em contato entre si para marcar um encontro, geralmente com o objetivo de desenvolver um relacionamento pessoal, romântico ou sexual.

Os usuários de um serviço de namoro online normalmente fornecem suas informações pessoais, o que permite criar uma grande base de dados que pode ser utilizada pelos os diversos usuários para buscar informações sobre outros indivíduos, selecionando os perfis interessantes com base em critérios diversos, tais como faixa etária, sexo, localização, interesses comuns, entre outros. A maioria dos sites permite que os membros disponibilizem fotos ou vídeos de si mesmos, bem como possibilitam a navegação pelas fotos e vídeos de outros usuários. A base, então, desse tipo de serviço é prover ao usuário um grande catálogo de outros usuários disponíveis para algum tipo de relacionamento e facilitar essa interação entre eles<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Mais informações sobre esse tipo de site de relacionamentos podem ser consultadas na Wikipedia: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Servi%C3%A7o\\_de\\_namoro\\_online](https://pt.wikipedia.org/wiki/Servi%C3%A7o_de_namoro_online)

<sup>5</sup> O site ParPerfeito, ainda em atividade, é um dos grandes expoentes desse tipo de serviço de namoro online. De acordo com as informações do site, conta com mais de 30 milhões de usuários cadastrados no Brasil e 400 mil novos usuários todos os dias – e 2 mil histórias de sucesso por mês. Além disso, o ParPerfeito “tem mais de 15 anos de experiência no mercado de encontros online, é líder absoluto no segmento e oferece o melhor jeito de se conectar com outros solteiros que estão em busca de um amor online. Nós somos parte do Match Group LatAm, resultado da fusão de dois gigantes do relacionamento online: Meetic e



O avanço tecnológico e a lógica de mercado permitiram, especialmente na última década, o surgimento e a popularização dos *smartphones*. Tais aparelhos transpuseram quase que magicamente para a palma da mão uma série de artefatos tecnológicos concentrados em um só instrumento: computador, câmera, microfone, telefone, internet, entre outros dispositivos. Desse modo, com maior acesso à internet e de maneira portátil, facilitou-se ainda mais a conexão das pessoas através das mais diversas redes sociais e aplicativos.

Tais inovações possibilitaram um acesso mais amplo, rápido e fácil a uma série de informações acerca dos indivíduos envolvidos nesse ato de se conhecer e se relacionar, redefinindo comportamentos no que tange ao jogo da conquista : além de todo o aparato de buscas por perfis compatíveis, temos as trocas de *sexpics*<sup>6</sup> através de ferramentas de *chat*<sup>7</sup>, bem como a possibilidade de performances em frente às câmeras em ambientes virtuais e sites de telepresença<sup>8</sup>.

Nesse contexto, surge o Grindr<sup>9</sup>, uma rede geossocial de relacionamentos<sup>10</sup>, em formato de aplicativo para smartphone, que tem por finalidade a promoção de contatos e

---

Match.com. E por isso, temos a experiência e a credibilidade dos líderes mundiais” (fonte: [http://www.parperfeito.com.br/cpx/pt-br/parperfeito/Index\\_460](http://www.parperfeito.com.br/cpx/pt-br/parperfeito/Index_460)).

<sup>6</sup> Imagens, geralmente pessoais, de nudez parcial ou total, masturbação, fetiches e/ou outras atividades de cunho sexual. São fotos entendidas como qualquer material sexualmente explícito, amplamente trocadas via web.

<sup>7</sup> Significa conversação ou bate-papo em inglês. Refere-se, aqui, a sites, programas ou aplicações utilizadas para conversação em tempo real, tais como o Skype, Telegram, Whatsapp ou outros sistemas de mensageria instantânea. Além da conversa com elementos textuais, muitos desses mecanismos podem permitir o compartilhamento de arquivos entre os usuários (SLATER, 1998). Uma das ferramentas de *chat* mais conhecida e ainda em uso para encontros e relacionamentos no Brasil é o site ChatUOL.

<sup>8</sup> Basicamente, telepresença é a denominação que se dá a um ambiente virtual compartilhado por diferentes usuários (que podem estar geograficamente em lugares distintos), onde tais indivíduos estão imersos e interagem em maior ou menor escala (KLEINSORGEN, 2014).

<sup>9</sup> O Grindr se promove como a maior rede social em aplicativos para gays, bissexuais e indivíduos *queer*. De acordo com as informações de seu website (especialmente no kit de imprensa), desde seu lançamento em 2009 até os dias atuais, possui mais de três milhões de usuários ativos em todos os países do mundo, sendo o Brasil um dos dez países onde o número de acessos/usuários mais cresce. Diariamente, são trocadas através do aplicativo cerca de 228 milhões de mensagens e 20 milhões de fotos. O website do Grindr pode ser acessado no endereço [www.grindr.com](http://www.grindr.com) (acesso em 31/07/2018).

<sup>10</sup> É um tipo de rede social onde a interação entre os indivíduos é promovida com base em sua localização geográfica. De acordo com Morais, (2018, p. 27), “são sistemas colaborativos que utilizam a informação geolocalizada como principal elemento na interação. O conteúdo geolocalizado representa a posição real dos usuários na esfera terrestre, encapsulada em mídias como textos e fotos, por exemplo. Esse tipo de dado possibilita uma comunicação entre elementos do mundo digital com elementos mundo real, ou seja, as estruturas geográficas presentes no conteúdo compartilhado correspondem às estruturas existentes no



a possibilidade de encontros entre homens, tomando como base as informações dispostas em seus perfis e sua proximidade geográfica.

O sucesso do Grindr abriu caminho para o surgimento de diversos outros aplicativos semelhantes em propósito e *modus operandi*, tais como o Hornet<sup>11</sup>, o Scruff<sup>12</sup> e o Growlr<sup>13</sup>.

O apelo desses aplicativos reside em grande parte no seu dinamismo e no seu imediatismo: “um grande atrativo para os usuários é o fato do Grindr calcular a distância entre os usuários de forma a organizá-los por ordem de proximidade. Na interface inicial, é possível ver uma grade composta pelas fotos dos perfis alinhados de acordo com suas respectivas distâncias” (RIBEIRO & SOUZA, 2017). Os aplicativos não apenas exibem os perfis mais próximos como abrem a possibilidade de contato entre os usuários e de encontros (que podem ter diversas finalidades, desde o sexo casual até o estabelecimento de algum tipo de relacionamento afetivo mais sério).

Assim, podemos inferir que o interesse principal dos usuários desses tipos de aplicativo é conhecer outras pessoas. Como todos os usuários estão submetidos ao escrutínio alheio, torna-se importante potencializar suas chances de conseguir entabular conversas e marcar encontros.

Uma estratégia eficaz para tal finalidade reside na escolha dos elementos que compõem o próprio perfil. “Desta forma, o imperativo é espetacularizar o eu e a própria vida para angariar consumidores. Cada um se torna empresário, promove a encenação

---

mundo real”. A informação da posição geográfica da pessoa pode ser obtida através de endereço IP, localização do telefone celular (pelo GPS) ou mesmo a informação enviada pelo próprio usuário.

<sup>11</sup> Lançado em 2011, o Hornet se apresenta como a principal rede social gay do mundo e um lar digital para a comunidade LGBTQI+. Possui cerca de 25 milhões de membros no mundo todo e, além de possibilitar conexões entre as pessoas, no sentido de criar a noção do Hornet como uma comunidade, promove conteúdo original e notícias sobre estilo de vida, viagens, entretenimento. Estas e outras informações podem ser conferidas no website <https://hornet.com/> (acesso em 31/07/2018).

<sup>12</sup> Fundado em 2010, o Scruff conecta mais de 12 milhões de pessoas em todo o mundo, no intuito de promover amizades, encontros, eventos, conselhos sobre viagens, entre outros. De acordo com as informações do website, é o aplicativo mais ‘votado’ como seguro e confiável para pessoas gays, bi, trans e *queer* se conectarem. É interessante notar que o mote da propaganda do Scruff em seu site fala em “rapazes reais, todos os tipos”. Para mais informações, conferir o website: <https://www.scruff.com> (acesso em 31/07/2018).

<sup>13</sup> Apesar do funcionamento semelhante às demais redes geossociais, o Growlr é voltado para um público-alvo específico, no caso, a comunidade ursina (grosso modo, tratam-se de homens mais velhos, corpulentos e/ou gordos, em sua maioria peludos, bem como os homens que se atraem por esses tipos específicos, sendo semelhantes ou não a estes tipos). O Growlr se denomina uma rede social feita por ursos gays e para ursos gays. Mesmo com essa especificidade, conta com mais de 8 milhões de membros. Mais informações no website: <http://www.growlrapp.com/> (acesso em 31/07/2018).



artificial de si, se faz jogo de estratégia nas aparências” (COUTO, SOUZA & NASCIMENTO, 2013, p. 8).

Assim, tudo aquilo que é informado no perfil – peso, altura, preferências, formação e fotos – pode ser entendido como elemento estratégico que um usuário lança mão para se sobressair em relação aos outros usuários. Tanto as fotos quanto os campos onde a etnia do usuário se expressa em seu perfil são elementos que afetam diretamente na potencialidade de visualização deste perfil e no sucesso do usuário de marcar encontros. E é justamente aqui que entra meu primeiro questionamento: sabendo que vivemos numa realidade que segrega e discrimina as pessoas não-brancas, quais ideias e discursos sobre negros têm sido expressos nos perfis pelos usuários das redes geossociais de relacionamento entre homens?

Como a ideia desse artigo é de sugerir apontamentos para pesquisa e, obviamente, seria virtualmente impossível contemplar todo o universo de usuários desse tipo de aplicativo, empreendi um pequeno trabalho de observação de alguns grupos de amigos, provocando discussões e debates acerca das experiências deles com os aplicativos. Minha ideia inicial era tentar entender a receptividade de seus perfis, como eram consumidos por outros usuários.

Em seguida, entrei em contato com alguns amigos específicos – especialmente os que se mostraram mais receptivos ao tema e ao propósito desse artigo – e, em breves entrevistas abertas por meio virtual, consegui alguns depoimentos interessantes e um material relativamente variado, em termos de distribuição geográfica (com entrevistados do Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia e Distrito Federal), faixas etárias e mesmo de tipos de aplicativos utilizados. Tratarei a todos por pseudônimos – escolhidos pelos próprios entrevistados – para garantir anonimato (embora alguns deles não fizessem questão).

Por mais que se considere a internet - guardadas as devidas proporções – como um espaço privilegiado e democrático de expressão da diversidade, como aponta Miskolci (2014), o surgimento e crescimento dessas redes geossociais não eliminou as desigualdades já existentes: as diferenças foram apenas realocadas para as relações mediadas pelos aplicativos.

Isso pode ser observado, por exemplo, nos anúncios que constam nas páginas da web de alguns desses aplicativos:



“é comum a apresentação de imagens ilustradas por rapazes jovens, loiros, com olhos claros, tez branca, alguns exibindo corpos esculpido, depilados ou peludos e que denotam os exercícios físicos e um estilo tipicamente considerado saudável (...); homens considerados gordos ou magros demais, negros e orientais não fazem parte do imaginário dessas peças publicitárias” (PADILHA, 2015, p. 79).

Em termos de segmentação, podemos citar o caso do Grindr, que é “utilizado em maioria esmagadora por homens mais jovens entre 18 e 34 anos de idade de pele de cor branca, embora nosso país tenha uma grande miscigenação. Percebe-se o menor número de usuários de etnias pardas/morenos e negros que não ultrapassam os 50%” (SILVA & PAIVA, 2018, p.11).

Esse número menor de negros utilizando o aplicativo não se explica somente por uma questão de acesso ao smartphone: há o fator da não inclusão ou discriminação por não se enquadrarem no perfil buscado pelos usuários. O sentimento de inadequação, de não-pertencimento pode se percebido nas palavras de *Fiu*<sup>14</sup>, ao comentar que deixou de usar aplicativos “por não ser o ‘recorte’ que recebe atenção nesse espaço”.

Acredito que, sob essa perspectiva, é possível considerar o que Moutinho (2014) chama de “marcadores sociais da diferença e da desigualdade social”: no que tange à miscigenação do povo brasileiro, o marcador de raça é um elemento que penaliza/pune os não-brancos em diversos aspectos – socioeconômico, educacional, cultural e mesmo sexual.

A segregação já pode ser percebida no ‘dizer-se’ negro em redes geossociais que promovem serviço de namoro online. Braga (2013, p.57), ao falar sobre o uso do Manhunt<sup>15</sup>, mostra que enunciado performativo aparece com sua força de realidade pelo exemplo de Fernando: ele “se torna negro quando diz que é negro; a ‘verdade’ da sua cor depende do anúncio. Se diz que é moreno, moreno passa a ser. Esse ‘clareamento estratégico’ que nos conta Fernando é uma maneira de burlar um esquema de categorias que capturam a imagem (...) e alcançar sobrevida no flerte. Esse ‘clareamento nominal’ é

---

<sup>14</sup> Fiu tem 35 anos e produtor cultural e de eventos. Fez utilização do Grindr, Growlr e Tinder por aproximadamente um ano.

<sup>15</sup> Manhunt é uma rede social que promove encontros entre homens para sexo/relacionamento. Pode ser utilizada via web (<https://www.manhunt.net/>) ou por aplicativo. Foi criado em 2001 e atua em vários países, oferecendo aos seus 6 milhões de usuários cadastrados a possibilidade de visualizar perfis por proximidade ou outros critérios de filtragem, chats, fotos, vídeos e outros recursos para auxiliar na promoção de encontros.



mais evidente e frequente na internet, mas não é exclusividade do universo virtual. É quase uma tradição brasileira reservar as categorias ‘negro’ ou ‘preto’ apenas a quem tem a pele bem escura”.

Dessa forma, assumir-se negro no perfil se torna um limitador. O uso de outras denominações ou mesmo eufemismos – tais como “moreno” ou “mulato” – limitaria um pouco menos, por conta do ideário higienista da miscigenação que permite um embranquecimento da população e que “tornou aceitável socialmente a inferiorização das pessoas negras através da violência e das diversas desigualdades sociais” (MAZOTI, 2018, p. 4). Como estratégia potencializar a visualização do perfil e garantir mais contatos, *Leozim*<sup>16</sup> se utiliza de outra estratégia: “depois de tanta gente, ao longo da vida adulta, dizer-me que pareço árabe, eu ocasionalmente uso a opção *middle-eastern*, nos aplicativos. Sou negro, identifico-me como tal, mas marco *middle-eastern*, às vezes”.

Esse preconceito é, obviamente, velado. Nas palavras de *Fiu*, “é parte do racismo estrutural e da proposta eugenista, ser ‘menos preto’ é visto como qualidade pros brancos e por quem é negro, mas tem o racismo internalizado”.

Mas em diversos casos, os perfis observados – por mim, por amigos, pelos entrevistados – apresentam muito claramente a interdição do negro, através da utilização de frases como “não curto negros” e suas derivações. É interessante notar que todos os entrevistados apontaram a existência de diversos perfis propagando o discurso “não curto negros”.

*Leozim*, por exemplo, afirma: “ocasionalmente, eu cheguei a perfis de usuários que indicavam não curtir negros. (...) Eram perfis onde o usuário tinha escrito ‘não curto negros’ ou ‘não curto negros ou mulatos’, seguido de um ‘nada contra, mas não curto’”. Já *Caio*<sup>17</sup> encontrou nos perfis proposições de outra ordem, mas com o mesmo significado: “algo como ‘só curto brancos’”.

Esse tipo de discurso também pode ser acionado no momento da interação entre os usuários. Como disse *Rogue*<sup>18</sup>, “o que acontece é você puxar o papo e já receber um ‘não

---

<sup>16</sup> Leozim tem 43 anos e trabalha na polícia. Utiliza redes geossociais para encontros há cerca de 6 anos e atualmente faz uso dos aplicativos Grindr, Scruff e Badoo.

<sup>17</sup> Caio tem 35 anos e é funcionário público. Utiliza aplicativos há cerca de 6 anos e atualmente tem perfil no Grindr e no Scruff.

<sup>18</sup> Rogue tem 29 anos e é fotógrafo. Há mais de 4 anos como usuário dos aplicativos, utiliza Grindr, Hornet e Scruff.



curto negros!””. Ou ainda, nas palavras de *James*<sup>19</sup>, “ao entrar em contato com alguns perfis já recebi a mensagem de que o usuário não curti homens negros. E de forma velada já troquei mensagens com alguns perfis e ao trocarmos fotos a interação era interrompida com alguma desculpa”

Muitas vezes, pelo que pude notar, essa expressão (ou as variações dela) vem acompanhada de uma proposição evasiva - “nada contra, mas não curto” – e/ou de uma justificativa muito própria - “questão de gosto (pessoal)”. Até que ponto isso se trata realmente de uma questão de gosto pessoal? Acredito que “gosto pessoal” se trata de uma construção social e, assim, a proposição do discurso “não curto negros” pode estar repleta dos preconceitos raciais que cercam a realidade brasileira – e que embora este discurso esteja acompanhado de um “nada contra”, essa proposição não é necessariamente verdadeira.

Como usuário desse tipo de aplicativo, também me deparei com esse tipo de discurso de “não curto negros” em diversos perfis que observo. No entanto, como não sou negro, nunca recebi/percebi nenhum tipo de mensagem depreciativa baseada em preconceito ou discriminação racial. Justamente por isso, surge mais uma questão: sendo a etnia/raça um marcador social de diferença, o efeito das crenças e ideias pré-concebidas dos usuários sempre gera algum tipo de reação negativa?

Nas conversas com amigos e nas entrevistas, percebi que a valorização ou desvalorização do indivíduo perpassa por dois estereótipos que povoam o ideário do senso comum: a “lacrada” e o “negão de tirar o chapéu”. Optei por utilizar essas figuras emblemáticas por serem amplamente conhecidas - “lacrada” era o apelido/nome artístico de um dançarino de funk negro, homossexual, de origem periférica e afeminado; “negão de tirar o chapéu” é uma alegoria de uma canção de Alcione que faz menção a um homem negro másculo, viril e desejável por se encaixar num padrão socialmente aceito de masculinidade – bem como por terem sido usados como referências em mensagens recebidas por amigos e/ou entrevistados.

É importante notar, aqui, que se trata de uma questão de estereótipos de raça aliados a estereótipos de masculinidade. Em se tratando de aplicativos que oferecem serviços de namoro online e promovem encontros entre homens que se interessam por outros homens, é possível notar uma valorização de elementos que compõem um padrão socialmente

---

<sup>19</sup> James tem 29 anos e trabalha em produção cultural. Utilizou por Grindr, Scruff, Hornet e Growlr por cerca de 6 meses.





entendido como característico da masculinidade, tais como virilidade, força, vigor, dominância, assertividade, proatividade, entre outros (DÍAZ-BENÍTEZ, 2010; DUTRA, 2002; FRANCISCO, 2015).

No caso do estereótipo do “negão de tirar o chapéu”, podemos notar que o frisson em torno de sua sexualidade pressupõe “a correspondência com certos atributos da masculinidade, como a força física, a assertividade, a rudeza, sem falar, é claro, na suposta superioridade negra no que tange às dimensões do pênis, o que os qualificaria como ativos irresistíveis”(BRAGA, 2013, p. 58).

Conforme aponta *Rogue*, “existe a opção de filtrar pela etnia do usuário. Por conta disso, recebo uma quantidade significativa de [mensagens de] caras brancos que vem com essa ideia de ‘negão’, o que me irrita profundamente”. Esse incômodo é partilhado por outros. É o caso de Rodrigo, jovem negro de 26 anos que “carrega a frustração de que o principal elemento que atrai potenciais parceiros seja esse perfil de negro másculo e mano, já que ele gostaria de ser valorizado por sua inteligência. Filho de empregada doméstica, sente seu investimento intelectual eclipsado pelo fetiche que se corporifica nele” (FRANÇA, 2009, p. 411). Este incômodo com a objetificação de seu corpo em detrimento de outros atributos também é vivido por diversos entrevistados Braga (2014) em sua etnografia sobre sites de relacionamento.

Apesar de parecer um aspecto de valorização, a fetichização do negro está ligada a esse estereótipo de virilidade do “negão de tirar o chapéu” que, conforme aponta *Fiu*, “é reflexo da imagem de negro bestializado do imaginário branco”. Essa exotização do outro remete, inclusive, às relações de poder e dominação desde o período escravocrata, subalternizando o negro. A fala de *James* evidencia que ainda se mantém presentes na atualidade essas relações de poder e discriminação que se exercem também no campo da sexualidade: “acho mais foda quando você sai com a pessoa e ela só quer transar. E não te assume. Mas depois de três meses assume o boy branco padrãozinho”.

No âmbito da exacerbação de características entendidas como masculinas, o tamanho do pênis é visto como um atributo positivo. O pênis, em vários perfis, é também chamado de “dote”, uma clara referência a algo que possui um valor considerável, uma riqueza, algo estimado. Essa valorização está embasada numa ideia que correlaciona o tamanho do membro com a virilidade do indivíduo. É um tipo de pensamento que perpassa diversas sociedades há séculos – há, por exemplo, representações de pênis enormes em artes rupestres, na *ars erotica* impressa no século XVI ou ainda em diversas



manifestações culturais de povos orientais – e remonta a ideia do culto ao falo: o pênis grande é valorizado porque está ligado à fertilidade, à potência, ao prazer (CORBIN, COURTINE & VIGARELLO, 2013; LEITE JR., 2008; FRANCISCO, 2015).

Todos os entrevistados tocaram nessa questão da associação presente no ideário coletivo entre sua negritude e o tamanho de seus pênis. Perguntado sobre mensagens elogiosas, *James* diz: “só consigo me lembrar de mensagens se referindo ao tamanho do meu pênis. Onde perfis associavam o fato de ser negro a ter o pênis grande. (...) Frases do tipo: ‘nossa, seu pau deve ser enorme!’, frases nesse sentido”. *Leozim* aponta que algumas pessoas que entravam em contato já assumiam que seu pênis era grande. Depois de mandar uma foto nu, *Caio* recebeu uma cantada em que um trecho da mensagem dizia: “que piruzão preto”.

Associadas ao tamanho do pênis, há mensagens que reproduzem uma expectativa de performance sexual do “negão de tirar o chapéu”: “vai me comer a noite toda”, “um negão desse deve fazer estragos”, “você deve ser insaciável”, entre outras. Retomo aqui o depoimento de *AfroDotado*<sup>20</sup>, um dos meus entrevistados, sobre um bom desempenho, que também mostra que o pensamento do negro está povoado por essas ideias pré-concebidas de performance: “Acho que seria bacana mostrar num vídeo um desempenho que eu tivesse com muito tesão, que eu tivesse um desempenho tipo fodendo por horas, digamos assim”. Nas palavras de *Fiu*: “a informação ‘negro’ nas suas informações gera uma dedução lógica nas pessoas de que você é ativo, tem uma rola gigante e tem que aceitar ser cantado por um branco, mesmo achando ele feio ou desagradável. [As pessoas partem da] suposição do negro ativo, pauzudo, comendo a pessoa interminavelmente”.

Como diz *Fiu*, “rola uma objetificação pesada, mas você tem que se encaixar no modelo ‘negro padrão’”, ou seja, aquele que se encaixa num padrão socialmente aceito de masculinidade. Como ele mesmo aponta sobre sua pessoa e sua experiência com os aplicativos, “como eu não sou o negro ultra musculoso e com ‘cara de macho’, as pessoas não mantinham interesse depois de ver fotos”.

O súbito desinteresse está ligado à quebra da expectativa em torno da imagem do ‘negão de tirar o chapéu’. E que aproxima do “oposto” dessa ideia: o afeminado, a “lacrãia”. As masculinidades são discursos, que se constroem diariamente no exercício

---

<sup>20</sup> AfroDotado é arquiteto e designer, autônomo. Foi entrevistado por mim em 22/11/2014 para a dissertação de mestrado.



de viver em sociedade. Dessa forma, para se compreender o masculino, é necessário relacioná-lo ao feminino e vice-versa (TORRÃO FILHO, 2005, p. 145). Há uma dupla carga de preconceito e recriminação em cima das pessoas que se encaixam (ou são encaixadas neste estereótipo): negro e afeminado.

Temos o exemplo de Verst, dançarino de 25 anos: “embora assuma ser versátil, afirma gostar de sexo e sai ‘com ativo, com passivo, com versátil, com tudo. Quero mesmo é fazer onda’. Assume ser negro e macho, pois ‘preto e pobre já é encarado errado pela sociedade, ainda mais viado né? Piorou se ele dá pinta. Aí, fudeu’”(VASCONCELOS, VIEIRA & CAL, 2017, p. 44-45). Para exemplificar esse mesmo ponto, Mazoti (2018, p. 7) reproduz um comentário do vídeo “Gays negros e racismo” no YouTube: “mas vocês forcem a barra as vezes né ninguém merece sair com um negro e afeminado. Se o cara for negro e macho jamais sofrerá preconceito no mundo gay”.

A subalternização sofrida no que concerne à cor e ao gênero - e também à classe social – em certa medida perpassa e condiciona as interações nessas redes geossociais (VASCONCELOS, VIEIRA & CAL, 2017). Essa percepção de dominância/masculinidade/atividade em contraposição a essa submissão/feminilidade/passividade encontra um grande reflexo na entrevista de Edu<sup>21</sup>: “[O passivo no ato sexual] teria que ser completamente obediente, eu acho que a maneira de ser passivo é isso. (Risos). Assim, eu gosto muito de ser ativo e muito de ser passivo... Eu gosto muito dos dois. (...) Mas se eu me disponho a dar para um cara, eu vou virar putinha, entendeu? (...) Eu vou servir o cara, eu vou honrá-lo. Eu vou honrar esse cara, vou cuidar dele, do pau dele, vou dar pra ele. (...) Ele vai enfiar assim e eu vou aguentar, porque ele quer, entendeu? (...) Aí, também, [quando] eu vou comer alguém, tem que aguentar, porque eu quero. (...) Vou virar machão”.

Como qualquer relação que se estabelece dentro da sociedade, a relação sexual carrega em si relações de poder. E quanto mais caracteres indicadores de masculinidade um indivíduo possuir, mas poder/dominância ele tem dentro de uma relação (FRANCISCO, 2015). Os juízos de valor que se estabelecem com esse jogo de poder ficam evidenciados num trecho específico da entrevista de *AfroDotado*, ao falar - com certo desconforto - sobre sua performance com ‘ativo’ ou ‘passivo’ na relação sexual:

---

<sup>21</sup> Edu é professor de uma escola particular na zona oeste do Rio de Janeiro. Foi entrevistado por mim em 27/04/2014 para a dissertação de mestrado.



“[Teria problema em ser gravado como passivo] porque ser passivo é uma coisa que ainda não tá resolvida na minha cabeça. Eu não consigo ser passivo, entendeu? E aí entra na questão do desempenho: eu não consigo ser passivo e ter um desempenho bacana, aceitável, prazeroso, que seja, como passivo. Filmar isso vai ser muito doloroso pra mim. Eu não ia... eu jamais... eu descarto total a possibilidade. (...) Só o fato de terem gozado nas minhas costas, já fiquei incomodado”.

Além disso, ressaltaram o fato de que a identidade negra, no senso comum, é associada à virilidade, ao potencial dos órgãos genitais e à imagem da masculinidade do “negão de tirar o chapéu” que é cobrado para ser o “ativo”. Logo, a imagem da “lacraria” subverte esse ideário e, por sua desvinculação em relação à masculinidade hegemônica, para além da sua exotização, deve sofrer uma série de sanções. No que tange a essas relações de poder e (des)valorização dos corpos, especialmente os negros, “o culto à masculinidade hegemônica ligada a um corpo másculo e viril e a depreciação dos ‘afeminados’ continuam a ser reproduzidos por usuários de aplicativos gays em territórios criativos – independentemente da orientação sexual que assumem na esfera pública –, desvelando a permanência de um regime excludente que contraria a lógica de respeito e aceitação plena das diferenças” (JESUS, 2017, p. 76).

Configura-se então, no mundo do sexo entre homens, uma articulação entre heteronormatividade e racismo, que, por um lado, exalta um negro sobrenaturalmente masculino e, por outro, subalterniza o negro comum (BRAGA, 2013, p. 58), ordinário, a quem não se tira o chapéu. No caso da “lacraria”, a segregação se torna ainda maior, porque alia o preconceito com negros à discriminação do afeminado.

As articulações entre raça, classe, sexualidade e estilo têm efeitos diversos nos exemplos acima. Todavia, o mais relevante talvez seja o que eles têm o comum: o fato de que os efeitos são sempre ambivalentes.

“Os campos de possibilidades são diversos e as trajetórias são multifacetadas, bem como os sentimentos e estratégias acionadas pelos sujeitos. O que os casos em questão nos indicam, sob a luz da bibliografia citada, é que a articulação dos marcadores sociais da diferença não segue modelos, não podemos tentar controlá-la como controlamos peças de Lego (...). E tal articulação tampouco aponta sempre para um caminho de desprestígio ou de ascensão: é imprevisível e deve ser sempre investigada cuidadosamente” (BRAGA, 2014, p. 162).

Em se tratando especificamente dos aplicativos de redes geossociais voltados para os homens, a exacerbação de caracteres de uma masculinidade hegemônica, de um padrão socialmente aceito e construído com base numa heterossexualidade compulsória, evidencia a manutenção de um regime excludente de controle da sexualidade que contraria a lógica de valorização da diversidade. É também nesse sentido que o marcador de raça atua: tem impacto forte no reforço de certas relações de poder e na regulação de vidas, corpos e identidades negras.

Mesmo que internet seja vista como um instrumento para transpor as barreiras da distância, podemos observar que o uso dos aplicativos de redes geossociais para encontros homoafetivos mantém firmes outras barreiras. Os aplicativos podem facilitar o contato entre as pessoas, mas as próprias pessoas se encarregam de reforçar preconceitos e endossar, no caso, a marginalização do homem negro, especialmente o afeminado.

Como afirma Schwarcz (2013, p. 34), ser negro no Brasil ainda “persiste como representação poderosa, como um marcador social de diferença – ao lado de categorias como gênero, classe, região e idade, que se relacionam e se retroalimentam – a construir hierarquias e delimitar discriminações”. Acredito que o ambiente virtual pode ser um lugar privilegiado de estudos sobre a reprodução das relações de poder e estruturas de desigualdade (e discriminação) da vida real.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Karen C. K. “História e usos da Internet”. In: Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. Niterói: UFF, 2009.

BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 2007.

BRAGA, Gibran Teixeira. “Não sou nem curto”: prazer e conflito no universo do homoerotismo virtual. Dissertação de Mestrado. PPGSA/UFRJ. Rio de Janeiro: 2013.

\_\_\_\_\_. Prazeres Incômodos: trajetórias de negros no universo do homoerotismo virtual. In: *Gênero na Amazônia*, Belém, n. 6, jul./dez., 2014.

CORBIN, COURTINE E VIGARELLO. Prefácio e Introdução. In: *História da Virilidade – Volume 1*. Petrópolis, Vozes, 2013.

COUTO, Edvaldo. SOUZA, Joana Dourado França; NASCIMENTO, Sirlaine Pereira. *Grindr e Scruff: Amor e sexo na cibercultura*. Sinsocial, Salvador, 2013.

DÍAZ-BENÍTEZ, María Elvira. “Sexo com animais como prática extrema no pornô bizarro”. *Cadernos Pagu* (UNICAMP. Impresso), v. 38, p. 241-279, 2012.



\_\_\_\_\_. *Nas Redes do Sexo: Os bastidores do pornô brasileiro*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2010.

DUTRA, José L. “Onde você comprou esta roupa tem pra homem?": A construção de masculinidades nos mercados alternativos de moda”. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). *Nu & Vestido*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.

FRANÇA, Isadora Lins. “Na Ponta do Pé: quando o black, o samba e o gls se cruzam na cidade de São Paulo.” In: DÍAZ-BENÍTEZ, Maria Elvira & FÍGARI, Carlos Eduardo (orgs). *Prazeres Dissidentes*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

FRANCISCO, André H. S. “Sex Tapes: Questões de corporalidade, performance e masculinidade numa etnografia de um fetiche”. Dissertação (Mestrado em Antrpologia) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2015.

JESUS, Diego S. V. de. “Só macho na encolha: a heterormatividade em aplicativos de redes geossociais gays em territórios criativos do Rio de Janeiro”. In: *Revista Ártemis*, Vol. XXIII, nº 1; jan-jun, pp. 63-78, 2017.

KLEINSORGEN, Helmut P. “Intimidade, Interatividade e Prazer no CAM4: Performances do sujeito na Telepresença”. 2014. (Apresentação de Trabalho/Seminário).

LEITE JR., Jorge. “A folia do sexo”. In: PINTO, Graziela C. (org.). *Sexos, a trama da vida: fronteiras da transgressão – volume 4*. Revista Mente e Cérebro. São Paulo, Duetto Editorial, 2008.

\_\_\_\_\_. “Labirintos conceituais científicos, nativos e mercadológicos: pornografia com pessoas que transitam entre os gêneros”. In: *Cadernos Pagu*, n. 38, pp. 99-128, janeiro/junho de 2012.

MAZOTI, Patrícia A. C. *Sexualidade e Raça: hierarquia dentro das diferenças na mídias digitais*. Conferência Internacional de Estudos Queer, abril/2018.

MISKOLCI, Richard. *Machos e Brothers: uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas masculinas criadas on-line*. Estudos Feministas, v.21, n.1, p.301- 324, jan./abr.2013.

\_\_\_\_\_. *San Francisco e a nova economia do desejo*. Lua Nova, v.91, p.269-295, 2014.

\_\_\_\_\_. *Desejos digitais: uma análise sociológica da busca por parceiros online*. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

MORAIS, Aline M. de. “Mapeamento da diversidade de criadores de conteúdo geolocalizado em redes geossociais em cidades brasileiras” Tese (Doutorado em Ciência da Computação). Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, 2018.

MOUTINHO, L. 2014. *Diferenças e desigualdades negociadas: raça, sexualidade e gênero em produções acadêmicas recentes*. Cadernos Pagu, (42):201-248.

PADILHA, Felipe. *Isto não é um manual de instruções: notas sobre a construção e consumo de perfis em três redes geossociais voltadas ao público gay*. In: NORUS – v3, n.3, jan-jun 2015.

RIBEIRO, Cristopher Samarony Klein; SOUZA, Rosana V. de. *Consumo e Performance em Redes Geossociais Homoafetivas: as Narrativas de Usuários do Aplicativo Grindr*. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. *Nem Preto nem branco, muito pelo contrário: cor e raça na sociedade brasileira*. São Paulo: Claro Enigma, 2012.

SILVA, Vinícius N., PAIVA, Shemilla R. O. A construção do corpo masculino como objeto de consumo e identidade gay através do aplicativo Grindr. *Comunicação multimídia - XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Juazeiro*, 2018.

SLATER, Don. “Trading sexpics on IRC: embodiment and authenticity on the internet”. In: *Body & Society*, n. 4, pp. 91–117, London, Sage Publications, 1998.

TORRÃO FILHO, Amílcar. “Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam”. In: *Cadernos Pagu*, n. 24, janeiro/junho, 2005.

VASCONCELOS, O. S.; VIEIRA, Manuela C.; CAL, Danila G. R. *Vitrine Virtual: comunicação, práticas corporais e sociabilidade no Grindr*. In: *Verso e Reverso*, vol. 31, n. 76, janeiro-abril 2017.

*Recebido em: 20/11/2019*

*Aprovado em: 30/10/2019*