



Civitas - Revista de Ciências Sociais

ISSN: 1519-6089

ISSN: 1984-7289

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Morelli, Fábio; Pereira, Bruno
A pornificação do corpo masculino
Civitas - Revista de Ciências Sociais, vol. 18, núm. 1, 2018, Janeiro-Abril, pp. 187-203
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

DOI: <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2018.1.28450>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74255809012>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UAEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

A pornificação do corpo masculino

Notas sobre o imperativo das imagens na busca entre
homens por parceiros *on-line*

The pornification of the male body

*Notes on the imperative of images on the searching between
men for partners on-line*

 **Fábio Morelli***

 **Bruno Pereira****

Resumo: A partir de uma cartografia sobre os usos que homens fazem de aplicativos de busca de parcerias amorosas e sexuais, tais como o *Grindr* e o *Hornet*, buscamos refletir sobre o imperativo das imagens nos sites e aplicativos de busca entre homens por parceiros *on-line*. Analisamos transformações históricas no âmbito do desenvolvimento tecnológico para pensar como essas mudanças incidem nas buscas por amor e sexo no cenário atual. Ao contrário das visões que entendiam que a internet teria efeitos descorporificadores, na qual o corpo perderia importância como critério nas buscas de parcerias, notamos que o corpo não apenas importa, como tem se tornado central como critério de seleção nas buscas *on-line*. Mas qual é o corpo desejado neste contexto? Em consonância com pesquisas contemporâneas, entendemos que está em curso um processo que chamamos de pornificação. As imagens, pelas quais os indivíduos se autoapresentam *on-line*, parecem remeter a iconografia oriunda da pornografia, de modo que, os corpos pornificados, atualmente, parecem se constituir como o enquadramento privilegiado para designar quais corpos importam e são mais desejados nos espaços digitais.

Palavras-chave: Mídias digitais. Corpo. Homoerotismo masculino. Imagem. Pornificação.

Abstract: Based on a cartography about men's use dating apps to find sexual and romantic partners, such as *Grindr* and *Hornet*, we sought to reflect on the imperative of images on websites and applications used among men to find partners online. We analyze historical transformations within the scope of technological development to think how these changes affect the search for love and sex in the current scenario. Contrary to the views that understood that the internet would have discorporating effects, in which the body would lose importance as criterion in the searches of partnerships, we noticed that the body not only matters, but has become central as selection criterion in the online searches. But what is the desired body in this context? In consonance with contemporary

*Mestre em Psicologia pela Universidade Estadual Paulista (Unesp, Assis, SP, Brasil), membro do grupo de pesquisa PsiCUQueer <fabio.morelli@hotmail.com>.

**Doutorando em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos (Ufscar, São Carlos, SP, Brasil), mestre em Psicologia pela Universidade Estadual Paulista (Unesp, Assis, SP, Brasil), membro do grupo de pesquisa PsiCUQueer <brunpy@hotmail.com>.

researches, we understand that a process that we have called pornification is under way. The images by which individuals present themselves online seem to refer to the iconography derived from pornography, so that today's pornographic bodies seem to be the privileged setting for which bodies matter and which ones will be considered desirable in digital spaces.

Keywords: Digital media. Body. Male homoeroticism. Image. Pornification.

Introdução

Este texto tem como objetivo traçar relações entre corpo, imagem e mídias digitais a fim de pensar essa tríade como elementos centrais nas relações mediadas digitalmente. A partir da expansão comercial da internet e sua posterior primeira grande mudança, a invenção da web 2.0, se tornou possível novas formas de sociabilidade nos ambientes *on-line*, especialmente, quando ela passou a ser acessada por aparelhos que permitem a conexão móvel. O mercado de aplicativos e sites atravessa nossas redes de sociabilidade e os modos por meio dos quais as construímos e as mantemos. Dos históricos sites aos atuais aplicativos há continuidades e transformações. A busca por potenciais parcerias amorosas e sexuais precede e se mantém como elemento que, por vezes, aparenta garantir a sobrevivência do próprio eu. Entretanto, tal busca, atualmente, é regida por outros códigos, vocabulários e, principalmente, ferramentas que, inclusive em seus *slogans*, prometem ajudar a encontrar a/o melhor parceira/a.

A partir de uma pesquisa realizada pelo primeiro autor¹ (Morelli, 2017), no *Grindr* e no *Hornet*, juntamente com um intenso diálogo de recentes pesquisas sobre as mesmas e outras plataformas digitais realizado por ambos os autores, foi possível destacarmos algumas pistas acerca do modo como relações homoeróticas masculinas se dão no contemporâneo. Para isso, o texto será dividido em três partes. Na primeira, faremos um breve traçado histórico das mídias digitais e como o corpo, ao contrário do que se pensou inicialmente, passou a ser central no modo como as interações se dão no *on-line*. Na segunda, a partir da análise do caso de um dos interlocutores da cartografia conduzida pelo primeiro autor, faremos uma reflexão acerca de como esses corpos guiados por desejos homoeróticos são atravessados por referências midiáticas dentro de um mercado amoroso e sexual que distribui, de forma desigual, elementos

¹ Esta pesquisa se deu, em nível de mestrado, junto ao PPG em Psicologia da Unesp em Assis, orientada por Leonardo Lemos de Souza. Por meio de uma cartografia, conforme proposta por Deleuze e Guattari, houve a interação com mais de cinquenta usuários nas próprias plataformas pesquisadas, como também entrevistas mais aprofundadas com seis usuários.

que garantem visibilidade e atratividade a uns em detrimento de outros corpos que, mesmo nessas mídias, continuam tendo a abjeção como hospitalidade. Para assim, discutirmos o processo que identificamos como central na busca entre homens por parcerias *on-line*: a pornificação do corpo masculino.

Mídias digitais e corporificação

As tecnologias de informação, sobretudo às ligadas ao desenvolvimento de computadores e, posteriormente, da internet, remontam ao contexto ligado à Segunda Guerra Mundial e seus efeitos, como a Guerra Fria. Alan Turing, reconhecido como o pai da ciência da computação, era homossexual num contexto em que tal prática era considerada crime, doença e antipatriotismo (Miskolci, 2017). Condenado como um criminoso devido à sua sexualidade, sua sentença foi a castração química que o levou ao suicídio ao ingerir cianeto por meio da mordida de uma maçã. Sua biografia remonta a um contexto em que a vigilância e o controle de corpos desconformes em relação às regulações de sexualidade e de gênero se dão em conjunto com o desenvolvimento das tecnologias de informação.

A Guerra Fria entre Estados Unidos e União Soviética impulsionou a microeletrônica, a necessidade de criar equipamentos cada vez menores e mais leves para que fosse possível utilizá-los nas naves espaciais, bem como nas aeronaves e navios militares. Na vida civil, a microeletrônica permitiu a popularização de televisores, rádios e telefones, o que moldou uma nova realidade econômica, de trabalho e de consumo (Miskolci, 2017, p. 19).

Esse contexto é o que levará, por um lado, o departamento de defesa dos EUA a desenvolver a internet com o objetivo de proteger o seu sistema comunicacional (Castells, 2008) que permanece, até meados dos anos 90, como uma ferramenta exclusivamente estatal. Por outro lado, no contexto contracultural californiano em que predomina discursos antiarmamentistas e contra as políticas neoliberais, surge um movimento que exige a democratização das mídias e da informação, levando ao desenvolvimento de plataformas como o *personal computer* (PC) (Lévy, 2010). A primeira tentativa de criação de um computador pessoal que possuía ferramentas para uso mais próximo às atividades de um escritório (produção textual, agenda etc.) foi lançado por uma empresa, hoje, bastante conhecida: a *Apple*.

[...] O Macintosh, computador pessoal, interativo (ícones, janelas e *mouse*) e convival vai proporcionar, pela primeira vez, ao grande público, a apropriação técnica, simbólica e social da informática, até então propriedade privada de uma elite científica e industrial. [...] A

maçã mordida guarda aqui toda sua carga simbólica. Ela ilustra, no caso da microinformática, o pecado da modernidade, seu verdadeiro pesadelo tecnológico: a descentralização do poder e a possibilidade de a rua encontrar formas novas de uso da tecnologia (Lemos, 2015, p. 196).

Do “pecado original” ao suicídio de Alan Turing, do “pecado da modernidade” a um dos maiores símbolos comerciais da indústria telefônica e de computadores da atualidade, a maçã mordida indica um caminho sem volta em que as alternativas frente a ele não são muitas senão o enfrentamento. Desde o início, a internet desperta controvérsias e ansiedades acerca de seus efeitos e de sua gradual presença em nossas vidas. Ainda que os computadores já estivessem disponíveis comercialmente, foi somente em 1995 que a internet passou a ser privatizada deixando de ser um domínio estatal para se tornar um serviço tão essencial quanto o são a luz elétrica e o abastecimento de água – ao menos para as classes mais favorecidas.

Dentre anseios e receios sobre o advento e a expansão da internet, certamente, um dos elementos que mais foi objeto de tais controvérsias foi o corpo, especialmente em seu início. Por um lado, o “pânico moral” (Ramos, 2015) a partir do medo da não correspondência entre o corpo e a pessoa com a qual se interage por haver certa facilidade em manipular a criação de si em perfis conectados às redes sociais. Por outro lado, essa aparente descorporificação na internet também permitiu supor uma maior liberdade, especialmente àqueles corpos que carregam marcadores de diferenças e estigmas sociais em suas peles, como, no caso, pessoas transexuais, que no *on-line* sem corpo teriam seus marcadores de diferença não aprioristicamente evidentes (Stone, 1998).

Ambas as perspectivas encaram as plataformas e ferramentas dos ambientes *on-line* como cindidas com o corpo do/a usuário/a que, sobretudo no início da comercialização da internet, geraram desconfianças. Pensar o corpo num contexto que envolve as mídias digitais requer certa cautela. Mesmo com o passar de mais de vinte anos do início da comercialização da internet, estamos em uma fase incipiente quanto a um entendimento mais profundo de seus efeitos – sejam eles de permanências ou de rupturas – bem como, mesmo com um já considerável número de pesquisas sobre suas redes, e dado o seu caráter veloz quanto a inovações e transformações, poucas afirmações e resultados podem ser traçados.

Por mídias digitais entendemos uma intensa imbricação entre elementos sociais e técnicos. *Smartphones*, *tablets*, *desktops*, satélites, provedores de internet, modem, *wifi*, algoritmos, *softwares*, *hardwares*, aplicativos e suas mais diversas programações fazem parte e atravessam as tarefas mais

cotidianas do dia, desde o despertar, cada vez mais raro ser realizado a partir de um despertador analógico, passando pela busca ou manutenção das tarefas profissionais, aprimoramento educacional, consulta a horários de ônibus, rotas de transporte, chegando até a busca por potenciais parcerias afetivos/sexuais. Essa imbricação, de acordo com Van Dijck (2013), faz com que qualquer transformação em ambos elementos – sociais e técnicos – exijam mudanças mútuas e, por vezes, até simultâneas fazendo com que haja uma socialização das técnicas ao mesmo tempo em que há uma tecnicização das relações sociais. Esse caráter imbricado faz com que as fronteiras entre *on-line* e *off-line* percam – se é que um dia tiveram – seus limites e contornos ou, ao menos, sejam reconfigurados, de modo que sua alocação cotidiana seja tão mundana e imemorable (Hine, 2015) que poucos dizem “vou acessar o *on-line* e já volto” como se fosse um espaço alternativo, o *on-line* está em concomitância com *off-line*, trata-se, de um contínuo.

Felicity Schaeffer (2015), em sua pesquisa sobre plataformas que visam parear homens norte-americanos e mulheres latino-americanas para se casarem, percebe que há uma intensa preocupação em como elas serão vistas por esses homens nessas plataformas de modo que sejam atraentes, já que esse casamento significa um reconhecimento como cidadãs americanas: um desejo de realização pessoal dentre essas mulheres. Essa preocupação em como aparecer *on-line* as levam às mesas de cirurgias plásticas e outras aplicações cosméticas para acumularem certo capital erótico e atraírem esses homens, ao mesmo tempo em que, preocupam-se em não serem vulgares por meio de uma pretensa manipulação de uma imagem doméstica, maternal e romântica. No contexto brasileiro, Iara Beleli (2017), em sua pesquisa com mulheres heterossexuais entre 30 e 50 anos em plataformas que permitem a procura por potenciais parceiros amorosos e sexuais, destaca:

[...] Como disse uma de minhas entrevistadas, ‘é preciso ser sexual, mas não dá para se abrir totalmente, porque eles esperam que a gente seja moderna, independente, sem restrições no sexo, mas querem também que a gente seja meio mulherzinha’. Ser ‘mulherzinha’ significa que algumas iniciativas devem ser dos homens, mas o que chama a atenção aqui não é uma relação de poder cuja masculinidade é afirmada em uma única via. Para a maioria das mulheres entrevistadas nesta pesquisa, esse tropo de masculinidade também é desejado e admirado, de forma que elas fazem parte desse jogo (Beleli, 2017, p. 342).

Ambas as pesquisas apontam para mídias que muito menos do que descorporificarem acabam por convocarem os corpos a estarem expostos.

As negociações que as mulheres destacadas nas pesquisas acima engendram para criar suas imagens *on-line* envolve, nesse caso, uma preocupação em despertar desejo de atração nos homens, ao mesmo tempo, em que parece haver um limite para permanecer “mulherzinha”, isto é, convergindo com papéis socialmente estabelecidos às mulheres como o cuidado da casa, do marido e dos/as filhos/as. Tal negociação não utiliza apenas recursos midiáticos como câmera, luz e recursos textuais para tornarem-se atraentes, mas também técnicas e tecnologias de transformações corporais que convocam relações *off-line* como utilização de cosméticos, exercícios físicos e cirurgias. Sendo assim, essas mídias, especialmente quando voltadas ao estabelecimento ou procura de pares românticos ou sexuais, são guiadas por um certo “regime de visibilidade” que em relação à sexualidade trata-se de “[...] uma noção que busca sintetizar a maneira como uma sociedade confere reconhecimento e torna visível certos arranjos amorosos, enquanto controla outras maneiras de se relacionar” (Miskolci, 2017, p. 149).

O “regime de visibilidade” envolve relações de poderes que variam conforme a história, a cultura, a sociedade e, consequentemente, atravessa e é atravessado pelos objetos e suas funcionalidades. Na recente história das mídias digitais, a maneira pela qual era e é possível se mostrar na rede variou e, assim, também as formas desse regime. No início, as interações mediadas no *on-line* estavam limitadas ao texto e, até por essa razão, coincide com o momento em que se pensou a internet de modo descorporificado já que a convergência entre imagem e corpo estava restrita, pois era pelo texto que se criava e se produzia as imagens de si, instrumento que é altamente manipulável. Esse processo de criação de si por expressão textual é chamado por Illouz (2011) de “textualização da subjetividade” que nos convoca a processos autorreflexivos que articulam nossos anseios, ideais, desejos e idealizações.

Ainda que com o predomínio textual, seria severo afirmar que o corpo não importava nesse contexto, já que nas interações em salas de bate-papo – recurso de procura por potenciais parceiros mais utilizado no início da comercialização da internet – eram frequentes perguntas como peso, altura, prática sexual, entre os homens que buscavam outros homens como critério para o encontro face a face (Miskolci, 2017). Posteriormente, com o advento do *scanner* e, mais tarde, da *webcam* – elementos que marcam a *web 2.0*² – a

² Segundo Nancy Baym (2010), o desenvolvimento da web 2.0 data do início dos anos 2000 e foi o momento em que os conteúdos disponíveis *on-line* puderam ser criados, produzidos e mantidos a partir de um esquema mais coletivo, interativo e multipolar no qual vários usuários e usuárias, de lugares distintos, pudessem alterar e editar conteúdos, além de poderem incluir fotos, vídeos, sons e outros recursos como os utilizados na criação de perfil em redes sociais, enquanto a web 1.0 estava limitada a produções textuais e de modo mais unidirecional.

imagem, juntamente com ela a exigência cada vez maior de uma convergência identitária,³ passou a ser um critério imperativo (Beleli, 2015), ainda mais em plataformas em que se buscam possíveis parcerias sexuais e afetivas, nas quais mais do que considerar apenas o que está escrito, a imagem passa a ser o elemento crucial para a atração ou distração de possíveis parceiros/as.

Conjugando corpos e afetos em meio às mídias digitais

Como foi dito, com o início da internet comercial houve discussões de que ela teria efeitos descorporificadores. Se esta visão for correta, conforme Illouz (2011), ela se torna um problema para a sociologia interessada em pensar o desejo e os afetos, pois, historicamente, ideias como as de desejo, afeto e a até mesmo a noção de amor romântico, em especial, estão ancoradas no corpo. A socióloga fala das palmas das mãos suadas, do coração disparado, das faces ruborizadas, como apenas alguns exemplos das formas pelas quais o corpo está enredado nas experiências amorosas e sexuais, inclusive com os usos das mídias digitais. A partir de Illouz (2011), podemos perguntar: em que medida é possível conjugar corpo, afeto e mídias digitais?

Quando o primeiro autor deste artigo questiona um dos interlocutores de sua pesquisa, a quem chamou de Fabrício⁴ e, sobre quem discorreremos a seguir, se ele acredita que seria possível encontrar alguém para namorar nos aplicativos, Fabrício responde que:

[...] em qualquer lugar a gente pode encontrar uma pessoa especial. Pode ser numa padaria, a pessoa trombando com você na porta e derrubando seu pão [...] Ou alguém na faculdade tromba com você numa escada. [...] Ou no trânsito mesmo a pessoa pode colidir com seu carro, você sair do carro, conversar com ela e tal e perceber que a pessoa mexeu com você. (Entrevista Fabrício, 1 out. 2015)

³ Jair Ramos (2015) indica que as recentes redes exigem que o/a usuário/a, ao cadastrar-se, utilize fotos, descrições e informações que correspondam as suas identidades off-line. Nos aplicativos voltados ao público gay, mesmo com essa exigência, muitos usuários escondem seus rostos e informações, ocultando sua identidade, mas tal premissa é questionada no momento da interação em que são convocados a dizerem suas métricas corporais, práticas sexuais, quando não, são insistentemente convidados a enviarem imagens, nem que sejam recortadas, de si mesmos.

⁴ Embora a análise da entrevista tenha sido realizada por ambos autores, conjuntamente, a entrevista com Fabrício (nome fictício) foi conduzida, exclusivamente, pelo primeiro autor, através do Skype. Fabrício, na época da entrevista, tinha 27 anos, vivia na cidade de Presidente Prudente, no interior do estado de São Paulo, e se definia como multiétnico, pois afirmou ser descendente de japoneses, italianos e espanhóis. De classe média, estudante de medicina e atua, esporadicamente, como consultor de moda, além do seu interesse por fotografia, Fabrício se autodenomina como homossexual, mesmo que afirme ter tido “várias passagens” na sua vida, e era usuário dos aplicativos Tinder e Grindr, mas afirmou ter tido perfil em outros sites, como o Par Perfeito e o Disponível.

E quando é perguntado sobre onde costuma conhecer seus parceiros amorosos e sexuais em potencial para além do contexto possibilitado pelos aplicativos, ele diz:

Eu acredito que assim, para mim, as coisas acontecem de uma forma natural. Não tem tempo para acontecer, não tem hora, e tem que ser uma coisa muito de olho, de sorriso, uma coisa de pele e de cheiro. É você conhecer uma pessoa por acaso na rua, conversar com ela, trocar ideia, ela falar um pouco da vida dela e você um pouco da sua, os olhares se trocarem, a respiração se aprofundar, de ambos, acontecer aquele sorriso espontâneo [...]. (Entrevista Fabrício, 1 out. 2015, grifos nossos)

As citações sobre o Fabrício apresentam os diversos contextos nos quais ele imagina poder conhecer alguém para se relacionar afetiva e amorosamente e, apesar das diferenças, o que todas essas *cenas* em potencial tem em comum é o fato delas parecerem acionar todo um imaginário constituído através das mídias de massa, tais como o cinema e a publicidade, por exemplo. Afinal, não é difícil lembrarmos, mesmo considerando os repertórios audiovisuais de cada um de nós, uma cena de um filme, na qual, uma das situações narradas por Fabrício é apresentada. Mais do que a constatação dessa associação, interessa-nos pensar qual a tradição do amor apresentada por essas mídias que Fabrício parece acionar e como esse imaginário é rearticulado em suas buscas, no presente, por meio das mídias digitais.

Ao discutir a cultura do amor e do romantismo, Illouz menciona um estudo sobre o amor à primeira vista, que estaria relacionado a essa tradição, e que em francês é literalmente um “raio”, um golpe por um raio (*le coup de foudre*), na qual ela diz algumas das características que lhe seriam recorrentes: “vivenciado como acontecimento singular, irrompendo de forma abrupta e inesperada, inexplicável e irracional, acionada logo após o primeiro encontro” (Illouz, 2011, s.p.). A tradição do amor romântico parece imperar nas cenas que Fabrício imagina como potenciais meios através dos quais ele poderia conhecer alguém para ser “a pessoa da sua vida”. Mas quando Fabrício é perguntado sobre as experiências nas quais ele, efetivamente, conheceu alguém com quem se relacionou, ele responde que: *Eu, geralmente, conheci por aplicativos. Às vezes, eu conheci na rua, por um acaso, mas é muito difícil. Que eu conheci na rua foram duas pessoas, não passou disso. De aplicativo, foram várias* (Entrevista Fabrício, 1 out. 2015). Assim, é questionado se: “Em grande medida, as suas relações, de forma majoritária, se deram por meio de ambientes virtuais?” Ele responde:

Sim, porque o perfil das pessoas daqui da cidade não são compatíveis com o meu perfil [...]. As pessoas aqui são muito interesseiras, elas valorizam muito o status social; que tipo de carro que a pessoa tem; se a pessoa mora numa casa, num apartamento; que bairro que a pessoa mora; entendeu? (Entrevista Fabrício, 1 out. 2015)

Há uma distância entre o modo como Fabrício imagina poder conhecer alguém, imaginação atrelada à tradição do amor romântico, como sugerimos, e as formas pelas quais ele afirma conhecer seus parceiros. Afinal, se um encontro se dá *naturalmente* e a atração ocorre de forma abrupta, inesperada, como *num golpe de um raio*, como seria possível, Fabrício, saber se o *perfil* de alguém é compatível com o seu, se essa pessoa é interesseira ou possui outras características que diz não o agradar. Quando Fabrício diz uma das questões que o incomodam nos aplicativos, ele afirma ser exatamente o *imediatismo das pessoas e a obsessão por elas quererem ver sua foto, para saber quem você é*. Ou seja, o que o incomoda parece ser parte das questões que ele afirma julgar como desejáveis para a constituição de uma parceira amorosa e sexual, pois, o imediatismo pode ser remetido à ideia de ser golpeado por um raio, característica do amor à primeira vista.

Conforme escreveu Illouz (2011), as buscas *on-line* de parcerias amorosas e sexuais marcam um desvio radical da tradição do amor romântico. Ao invés de encontros que se dão *ao acaso, natural e espontaneamente*, a busca *on-line* racionaliza as escolhas, pois, quando alguém se encontra corpo a corpo para um primeiro encontro no espaço *off-line*, essa pessoa já tem uma série de informações a respeito daquela com quem se encontrará, sendo esse conhecimento cognitivo prévio, uma das diferenças em relação à tradição do amor anterior. Essa mudança aloca aquele que busca alguém *on-line* na posição do sujeito selecionador e, como Illouz (2011) afirma, nenhuma tecnologia de maneira tão extrema radicalizou o conceito de eu como “selecionador” e a ideia de que o encontro romântico deve ser resultado da melhor seleção possível. Mas quais são os elementos que guiam as seleções nesse cenário?

Fabrício, por exemplo, diz que *beleza não é tudo* e que *o papo é muito de suma importância*. Tem que rolar um papo legal, rolar uma empatia, noções que remetem à textualização da subjetividade propiciada pela internet, por conta de seus aspectos tidos como descorporificadores. Porém, sua experiência nos aplicativos pode nos levar a outras conclusões: *Eu coloquei uma foto de camiseta que aparecia uma parte do meu queixo e até metade do tronco. Então daí chovia de mensagens, porque assim, é uma foto atraente*. (Entrevista Fabrício, 1 out. 2015). Assim, as *fotos atraentes*, como aponta Fabrício, não são apenas meios privilegiados pelos quais os usuários dos aplicativos realizam

sua escolha de potenciais parceiros amorosos e sexuais, mas também, a consciência do papel que a fotografia desempenha na seleção inicial, conforme Illouz (2012), leva muitos dos usuários à busca de transformações corporais com a finalidade de aumentarem o valor que possuem no mercado de amor e sexo *on-line*, já que, como a socióloga apontou, a internet colocaria, de modo mais explícito, toda pessoa que está à procura de outra num mercado onde competirão umas com as outras.

O *sex appeal*, ou, o capital erótico, parece ser um elemento central na aquisição de valor dos corpos que estão disponíveis nos mercados amorosos e sexuais *on-line*. Segundo Illouz “o capital erótico pode ser concebido como a qualidade e a quantidade de atributos que um indivíduo possui, o que provoca uma resposta erótica no outro” (Illouz, 2012, p. 56, tradução nossa). Para a socióloga, que entende que “a sexualidade não é apenas o encontro de dois corpos, mas também uma maneira de colocar em ação as hierarquias sociais e morais de uma sociedade” (Illouz, 2014, tradução nossa), a busca por ser *sexy*, ou a de aumentar o capital erótico que alguém possui, é uma das formas pelas quais a sexualidade está enredada de forma eficaz na socialização das pessoas de modo a incorporar a cultura de consumo. Por isso que, conquistar o *sex appeal* demanda consumo por meio de práticas esportivas, cosméticos, cirurgias plásticas, vestuário equalizado às tendências de moda, mas também, o consumo de imagens e representações midiáticas (Illouz, 2012).

As mídias de massa – tais como as revistas, o cinema, a publicidade, a televisão – e o modo como são rearticuladas nos usos que as pessoas fazem das mídias digitais, são meios privilegiados para compreensão de como ideais corporais são difundidos. Conforme Fabrício apontou:

Eu leio sobre sexualidade desde que eu tinha 7 anos [...]. Eu aprendi lendo revista Cláudia, revista Woman, Nova, que são direcionadas ao público feminino e que é conversado sexo sem pudor: [...] E eu lembro que a minha imaginação era ativada por causa dessas revistas, entendeu? [...] eu imaginava como era o sexo com um homem através dessa revista, entende? Enfim, eu descobri o meu corpo por causa dessas revistas. Eu comecei a me tocar pela forma que as colunistas das matérias de sexo se referiam ao corpo masculino, aonde que era o ponto G do homem, aonde que eles gostavam de ser tocados, aonde que eles gostavam de ser acariciados. (Entrevista Fabrício, 1 out. 2015)

Illouz (2016, p. 307) afirmou “que a maior parte da cultura contemporânea é performativa, ela nos leva a fazer coisas [...]. Ela diz algo – e não apenas faz com que nos percebamos como entidades carentes de autotransformação

– mas nos faz agir”. Contudo, é importante ressaltar que, ao levarmos em consideração os enquadramentos difundidos pelas mídias, estipulando quais corpos são desejáveis e quais corpos são relegados à abjeção e, como esses enquadramentos afetam os modos pelos quais usuários realizam suas escolhas por potenciais parceiros amorosos e sexuais, não significa que entendemos que esses enquadramentos, como afirmou Judith Butler (2015, p. 119), possuem efeitos deterministas, como se fossem reduzidos “a efeitos behavioristas de uma cultural visual monstruosamente poderosa”. As imagens são meios ativos nos modos de subjetivação, ou seja, nos meios pelos quais nos tornamos o que somos (Foucault, 2001). Isso não significa, como dito, considerar que as possibilidades de agência são nulas ou que não existam formas críticas de estranhar o regime de visibilidade atual.

Pornificação dos corpos masculinos nas mídias digitais

Como sugere Fabrício, é sua *foto atraente* o chamativo de um maior número de usuários em seu perfil. A visão de Fabrício vai ao encontro das análises empreendidas a partir de pesquisas contemporâneas sobre a busca entre homens de parcerias amorosas e sexuais em *sites* ou aplicativos para relacionamentos (Miskolci, 2015, 2017; Zago, 2009, 2013; Morelli, 2017). Apesar dos diferentes contextos nos quais essas pesquisas foram realizadas, o que as unem é o fato de apontarem para o consumo que usuários desses sites e aplicativos, os mais diversos, a depender de cada pesquisa mencionada, fazem de imagens e representações oriundas da pornografia.

Historicamente, o desejo homoerótico foi considerado obsceno, ou seja, aquilo que deveria ficar fora de cena (Moraes, 2003). Ainda que não sejam as únicas razões, estas, podem nos ajudar a compreender como a ausência de referências no campo representacional tornou a cultura visual destinada a mulheres heterossexuais ou aquelas que tinham nas mulheres as figuras de seu protagonismo, uma fonte privilegiada com a qual homens homossexuais identificavam-se positivamente. Numa época em que a homossexualidade foi associada a uma doença e, com isso, à feiura, entre outros dos meios de identificação estigmatizantes, os homossexuais podem entender, conforme Halperin (2012), que ser belo apresenta a possibilidade de transcender a vergonha e escapar de uma comunidade estigmatizada. Esses ideais são, historicamente, perpetuados pela pornografia gay, sendo esta, um dos poucos referentes que ofereceram imagens positivas do desejo homoerótico, numa época em que, em distintos contextos nacionais, a homossexualidade foi associada a uma doença, como dito, mas também à criminalidade, ao pecado e até mesmo como forma de antipatriotismo, de modo que, “a pornografia gay

teve um papel político-estético que ajuda a compreender por que, no presente, as novas mídias ainda bebem nela mantendo-a como referente” (Miskolci, 2015, p. 141).⁵

Contudo, o ideal corporal difundido pela pornografia *gay*, se ofereceu uma imagem positiva do desejo homoerótico, não questionou o culto da masculinidade heterossexual. A partir das pesquisas de Miskolci (2017), pode-se dizer que, nos dias de hoje, o corpo desejado no mercado amoroso e sexual *on-line*, no contexto homoerótico masculino, está relacionado a temporalidades históricas distintas que remetem ao menos ao cenário do pós-guerra (o corpo ultraviril dos soldados), à revolução sexual (o *gay* macho) e à epidemia da Aids (o corpo sarado, que elide de sua pele qualquer associação com a doença). Todos esses ideais corporais foram difundidos pela pornografia *gay* e, apesar das diferenças, o que esses ideais têm em comum na sua rearticulação com o presente é o alto valor atribuído à masculinidade heterossexual.

Atualmente, como apontou Mowlabocus (2015, p. 68), “o olhar pornográfico [...] fica incrustado na arquitetura do ciberespaço *gay*. Está presente no *design* dos *sites* de relacionamento *gays* e também nas poses feitas pelos homens nas fotos de seus perfis” (Mowlabocus, 2015, p. 68). Assim, segundo o autor, as formas de descrição do eu, por meio de palavras e imagens, são elementos emprestados do universo pornográfico. De modo que, as autorrepresentações dos usuários refletem preocupações com o corpo erotizado, já que “estruturas pornográficas governam os modos de autorrepresentação no perfil do usuário” (Mowlabocus, 2015, p. 75). Certamente, há diferenças entre os *sites* e aplicativos, como o próprio Fabrício também reconheceu quando, por exemplo, ele diz que: *o disponível lembra muito o Grindr na parte de as pessoas se relacionarem, só que no disponível as pessoas já colocam a foto pornográfica, já não tem pudor*. Luiz Felipe Zago (2009, p. 102), na sua investigação sobre o site mencionado por Fabrício, disponível.com, aponta como, de fato, há uma predominância de “corpos-sem-cabeça”, onde “o pênis aparece como rosto do corpo”.

⁵ É importante destacar que, mesmo sobre esse aspecto, também não há um consenso. Segundo Osmundo Pinho (2012), em sua pesquisa sobre a pornografia gay contemporânea, pode-se dizer que o desejo homoerótico na representação pornográfica possui genealogias distintas, de modo que nem sempre seria possível categorizá-la, em todos os casos, como “imagens positivas” acerca da homossexualidade. O corpo negro, por exemplo, nos vídeos analisados por Pinho, quando trazido à cena, parecem evocar todo um imaginário colonial, conferindo-lhes as marcas de uma sexualidade animalasca, sendo que o mesmo não ocorreria nos filmes protagonizados apenas por jovens brancos.

Parece haver, no cenário mencionado, uma pornificação de corpos e afetos. Porém, cabe ressaltar, uma distinção entre pornografia e o que estamos compreendendo, aqui, como pornificação. As disputas conceituais em torno da definição do termo pornografia são apontadas em diversos estudos da pornografia no Brasil (Leite Junior, 2011; Moraes, 2003; Gregori, 2003), mas, seguindo a definição de Jorge Leite Júnior, acreditamos que podemos entender a pornografia como:

[...] um produto que apresenta uma representação obscena padronizada (seja em imagens, sons, textos ou mesmo objetos), voltado para o consumo de massas, tendo um mercado estabelecido e possuindo como principal objetivo o prazer sexual de seus consumidores e o lucro de seus produtores (Leite Júnior, 2011, p. 11).

A partir dessa definição, será que poderíamos considerar como pornografia, por exemplo, a nudez autoexposta nos sites e aplicativos de relacionamentos? Toda e qualquer imagem que contenha alguma representação do corpo nu, ainda que com objetivos de provocar excitação em seus receptores, pode ser considerada pornográfica?

Paula Sibilia (2015), por exemplo, em sua breve genealogia das *Madonnas* com o peito desnudado na arte sacra, demonstra que com a secularização e o advento da pornografia, o olhar sobre a nudez se pornificou, engendrando um novo regime de visualidade. No contemporâneo, a pornificação do olhar faz com que fotos no *Facebook* de mulheres amamentando seus filhos sejam consideradas obscenas e, por conta disso, sejam censuradas. Mesmo sem desconsiderar as possibilidades do conceito de pornografia transformar-se, é possível caracterizar as imagens de mulheres amamentando seus filhos como pornografia?

Assim, entendemos como necessário, como dito, quando nos referirmos ao imperativo das imagens nas redes relacionais de sociabilidade homoerótica *on-line*, fazer uma distinção entre os termos pornografia e pornificação. Do mesmo modo que, quando falamos em mercado amoroso e sexual (Illouz, 2011), não nos referimos à prática literal do sexo comercial, tal como ocorre na prostituição, por exemplo, mas sim, o compreendemos a partir de Miskolci, quando o sociólogo usa a noção de “comodificação”, pois, entende que “se trata de uma espécie de metamorfose em ‘mercadoria’ vendável em um mercado regido pela desejabilidade sexual ou amorosa” (Miskolci, 2017, p. 247). Deste modo, quando nos referimos à pornificação, temos como objetivo estabelecer uma distinção em relação ao conceito de pornografia, tal como definido por Leite Júnior (2011).

Se a nudez autoexposta nas redes pode produzir prazer em seus receptores e gerar a obtenção de “lucro” para aqueles que se exibem por meio das imagens que compartilham, isto se dá, no contexto de um mercado amoroso e sexual. De modo que, entendemos a noção de pornificação como um dos meios que tem conferido capital erótico, ou seja, “valor”, ao corpo masculino no contexto das buscas entre homens de parcerias amorosas e sexuais *on-line* (Illouz, 2012). Ser desejável adquire feições diferentes ao longo do tempo e, no contexto atual, pornificar-se parece ser o meio pelo qual entende-se que o *sex appeal* possa ser conquistado. O “lucro” que esses homens obtêm no mercado amoroso e sexual não é monetário, mas reside na quantidade de parceiros que conseguem angariar para si. O prazer que podem provocar com seus corpos pornificados parece ser o meio pelo qual validam suas performances nas mídias digitais. Desse modo, embora tais imagens pareçam remeter a iconografia produzida pela pornografia gay, em termos analíticos, seria equivocado caracterizar tais imagens como *pornográficas*, já que quando a pornografia é acionada neste campo, isto se dá, enquanto um código cultural. Caso fosse o contrário, toda pessoa que produzisse uma foto de si nua, ou um *nude*, como popularmente tem sido chamada tal modalidade de foto, seria considerada uma profissional da indústria pornográfica. Embora tais imagens em si, como os *nudes*, por exemplo, retiradas de seu contexto, possam ter semelhanças com aquelas produzidas pela pornografia, como dito, os usos sociais das mesmas são distintos e, por essa razão, compreendemos como necessário realizar tal distinção conceitual.

Assim, conforme Miskolci (2015) caberia uma reflexão sobre o peso da sexualização nessas mídias, pois, se a pornografia teve um papel estético-político ao criar imagens positivas em detrimento das que tendiam a estigmatizar as homossexualidades, por outro lado, a pornografia criou padrões difíceis de serem alcançados, relegando à abjeção aqueles que não se conformam, tampouco se aproximam dos enquadramentos vigentes de desejabilidade. Estas relações, embora visíveis nas mídias digitais, não emergiram somente agora com o surgimento destas tecnologias, como nosso artigo apontou. As mídias de massa e o imaginário difundido por elas, como podemos ver com Fabrício, são rearticulados no presente por meio de sua busca por parceiros *on-line*. Porém, o cenário atual em que se busca amor e sexo, propiciado pelas mídias digitais, marca um desvio da tradição do amor romântico, como característico do imaginário acionado por Fabrício, pois, atualmente, são as *fotos atraentes* que parecem ser a moeda de troca no contexto do mercado amoroso e sexual *on-line*.

Considerações finais

Se a agência sexual foi uma conquista e, acreditamos que sim, isto não significa que a desterritorialização dos modos relacionais anteriores não seja também vivenciada por muitos, como Fabrício, de modo doloroso e que as transformações em curso também não possam ser encaradas de forma receosa. Se parece inegável que a internet expandiu as possibilidades de agência sexual para aqueles e aquelas para além do campo privilegiado e, historicamente, quase restrito aos homens heterossexuais; a internet, por sua vez, está longe de ser uma utopia *queer*, na qual os contornos do corpo poderiam ser mais flexíveis e menos normativos. Como dissemos, não há um padrão constante de desejabilidade ao longo do tempo, ao contrário, os atributos que caracterizam alguém como desejável ou que lhe conferem capital erótico são um processo em devir. Nos dias de hoje, por meio de nossa cartografia nas mídias digitais voltadas a busca entre homens por parceiros *on-line*, identificamos que o processo privilegiado que têm conferido capital erótico aos usuários dessas mídias é o que chamamos de pornificação. Se a pornografia, historicamente, esteve marcada como aquilo que deve estar fora de cena, nos dias de hoje, caberia uma reflexão, conforme Miskolci (2015, 2017), sobre o peso da sexualização na busca por reconhecimento, aceitação social e, até mesmo, na busca pela normalidade.

Referências

- BAYM, Nancy. *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press, 2010.
- BELELI, Iara. O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais. *Cadernos Pagu*, n. 44, p. 91-114, 2015 <[10.1590/1809-4449201500440091](https://doi.org/10.1590/1809-4449201500440091)>.
- BELELI, Iara. Reconfigurações da intimidade. *Revista de Estudos Feministas*, v. 25, n. 1, p. 337-346, 2017 <[10.1590/1806-9584.2017v25n1p337](https://doi.org/10.1590/1806-9584.2017v25n1p337)>.
- BUTLER, Judith. *Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto?* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 2001.
- GREGORI, Maria Filomena. Relações de violência e erotismo. *Cadernos Pagu*, n. 20, p. 87-120, 2003 <[10.1590/S0104-83332003000100003](https://doi.org/10.1590/S0104-83332003000100003)>.
- HALPERIN, David. *How to be gay*. Cambridge: University of Harvard Press, 2012.
- HINE, Christine. *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Academic, 2015.
- ILLOUZ, Eva. *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011 [e-book].

ILLOUZ, Eva. *Why love hurts: a sociological explanation*. London: Polity Press, 2012.

ILLOUZ, Eva. *Erotismo de autoayuda: cincuenta sombras de Grey y el nuevo orden romántico*. Buenos Aires: Katz Editores, 2014.

ILLOUZ, Eva. No coração pulsante da cultura. Entrevista com Eva Illouz. *Contemporânea*, v. 6, n. 2, p. 299-308, 2016 <[10.4322/2316-1329.015](#)>.

LEITE JÚNIOR, Jorge. A pornografia contemporânea e a estética do grotesco. *Revista (In)Visível*, edição zero, p. 10-22, 2011.

LEMONS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

MISKOLCI, Richard. Do armário à discrição: regimes de visibilidade sexual das mídias de massa às digitais. In: Larissa Pelúcio et al. (org.). *No emaranhado da rede: gênero sexualidade e mídia: desafios teóricos e metodológicos do presente*. São Paulo: Annablume, 2015. p. 131-148.

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

MORAES, Eliane Robert. O efeito obsceno. *Cadernos Pagu*, n. 20, p. 121-130, 2003 <[10.1590/S0104-83332003000100004](#)>.

MORELLI, Fábio. *Não existe amor em APP? Pistas sobre o processo de subjetivação entre homens por meio de aplicativos voltados ao público gay*. Assis, 2017. Dissertação de mestrado em Psicologia, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho.

MOWLABOCUS, Sharif. Cultura do *Gaydar*: torcendo a história da mídia digital na Grã-Bretanha do Século XX. In: Larissa Pelúcio et al. (orgs.). *No emaranhado da rede: gênero sexualidade e mídia: desafios teóricos e metodológicos do presente*. São Paulo: Annablume, 2015. p. 49-80.

PINHO, Osmundo. Race Fucker: representações raciais na pornografia gay. *Cad. Pagu*, n. 38, p. 159-195, 2012 <[10.1590/S0104-83332012000100006](#)>.

RAMOS, Jair de Souza. Subjetivação e poder no ciberespaço: da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais. *Vivência – Revista de Antropologia*, v. 1, n. 45, p. 17-44, 2015 <<https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/8251/5921>> (26 ago. 2017).

SCHAEFFER, Felicity Amaya. Governando corpos e intimidades virtuais: indústrias e cibercasamentos entre os Estados Unidos e América Latina. *Cadernos Pagu*, n. 44, p. 115-140, 2015 <[10.1590/1809-4449201500440115](#)>.

SIBILIA, Paula. A “pornificação” do olhar: uma genealogia do peito desnudado. In: PELÚCIO, Larissa et al. (orgs.). *No emaranhado da rede: gênero sexualidade e mídia: desafios teóricos e metodológicos do presente*. São Paulo: Annablume, 2015. p. 15-48.

STONE, Allucquère Rosanne. *The war of desire and technology at the close of the mechanical age*. 3. ed. Cambridge: MIT Press, 1998.

VAN DIJCK, José. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013.

ZAGO, Luiz Felipe. *Masculinidades disponíveis.com*: sobre como dizer-se *gay* na internet. Porto Alegre, 2009. Dissertação de mestrado em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

ZAGO, Luiz Felipe. *Os meninos*: corpo, gênero e sexualidade em e através de um site de relacionamentos na internet. Porto Alegre, 2013. Tese de doutorado em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Recebido em: 31 ago. 2017

Aprovado em: 28 fev. 2018

Autor correspondente:

Fábio Morelli

Rua Piratininga, 706 – Santa Cecília

19806-261 Assis, SP, Brasil