



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES - CCHLA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

ARISTIDES ARIEL BERNARDO

***“DESLIZE PRO LADO CONTRÁRIO DA TUA ORIENTAÇÃO POLÍTICA”:
EMOÇÕES E POLARIZAÇÃO POLÍTICO-IDEOLÓGICA NAS EXPERIÊNCIAS
AFETIVO-SEXUAIS MEDIADAS PELO APLICATIVO TINDER***

JOÃO PESSOA - PB

2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

ARISTIDES ARIEL BERNARDO

**“DESLIZE PRO LADO CONTRÁRIO DA TUA ORIENTAÇÃO POLÍTICA”: EMOÇÕES E
POLARIZAÇÃO POLÍTICO-IDEOLÓGICA NAS EXPERIÊNCIAS AFETIVO-SEXUAIS
MEDIADAS PELO APLICATIVO *TINDER***

Dissertação apresentada em sessão pública ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba como requisito para obtenção do título de **MESTRE** em Sociologia.

Aprovada em 25 de maio de 2021.

BANCA EXAMINADORA


Dra. Marcela Zamboni Lucena
Presidente



Dra. Marina Moguillansky
PPGS/UFPB



Prof. Dr. José Henrique Artigas De Godoy
PPGCPRI/UFPB

JOÃO PESSOA

2021

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA**

ATA Nº 9/2021 - PPGS (11.01.15.73)

Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO

João Pessoa-PB, 16 de Maio de 2021

ATA DA REUNIÃO EXTRAORDINÁRIA DA BANCA EXAMINADORA COMPOSTA PARA AVALIAR O(A) ALUNO(A) ARISTIDES ARIEL BERNARDO.

Aos 25 dias do mês de maio de 2021, às 14h, por videoconferência (<https://meet.google.com/jsj-pmae-cyc>) conforme Portaria 90/GR/REITORIA/UFPB; Comunicado nº 02/2020/PRPG/UFPB; Portaria PRPG nº 54/2020; Portaria 36/CAPES, realizou-se a sessão pública de defesa de Dissertação, intitulada: **""DESLIZE PRO LADO CONTRÁRIO DA TUA ORIENTAÇÃO POLÍTICA": EMOÇÕES E POLARIZAÇÃO POLÍTICO-IDEOLÓGICA NAS EXPERIÊNCIAS AFETIVO-SEXUAIS MEDIADAS PELO APLICATIVO TINDER"** apresentada pelo(a) discente Aristides Ariel Bernardo, estando a Comissão Examinadora composta pelos docentes: Marcela Zamboni Lucena (presidente); Marina Moguillansky (membro interno); Jose Henrique Artigas De Godoy (membro externo) . Dando início aos trabalhos, o(a) professor(a) Marcela Zamboni Lucena, na qualidade de Presidente da Comissão, convidou os demais integrantes da Banca Examinadora para compor a mesa. Em seguida foi concedida palavra ao(a) defendente para expor uma síntese de sua Dissertação que, após, foi arguida pelos membros da Comissão Examinadora. Encerrado os trabalhos de arguição, os examinadores deram o parecer final sobre a Dissertação, à qual foi atribuído o seguinte conceito de APROVADO. A seguir foi encerrada a reunião, devendo a Universidade Federal da Paraíba, de acordo com a Lei, expedir o respectivo Diploma de **MESTRE EM SOCIOLOGIA**. O presidente da banca assina sozinho e em nome de todos, conforme artigo 17, parágrafo único, da Portaria PRPG nº 54/2020.

OBSERVAÇÕES DA BANCA EXAMINADORA

(Assinado digitalmente em 01/06/2021 15:20)
JOSE HENRIQUE ARTIGAS DE GODOY
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
Matrícula: 1572851

(Assinado digitalmente em 30/05/2021 09:35)
MARCELA ZAMBONI LUCENA
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
Matrícula: 1565100

(Assinado digitalmente em 09/06/2021 20:50)
MARINA MOGUILLANSKY
PROFESSOR MAGISTERIO SUPERIOR - VISITANTE
Matrícula: 1889290

Processo Associado: 23074.048455/2021-21

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sipac.ufpb.br/documentos/> informando seu número: 9, ano: **2021**, documento (espécie): **ATA**, data de emissão: **16/05/2021** e o código de verificação: **657ae61df1**

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

CERTIDÃO Nº 25/2021 - PPGS (11.01.15.73)

Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO

João Pessoa-PB, 16 de Junho de 2021

Certifico que, no Livro de Atas do Colegiado deste Programa de Pós-Graduação em Sociologia, dele consta a homologação do Relatório Final do(a) Orientador(a), Prof. **MARCELA ZAMBONI LUCENA**, orientador(a) do(a) aluno(a) **ARISTIDES ARIEL BERNARDO**, na Reunião do Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia realizada no dia **10 de JUNHO de 2021**. Certifico ainda que, na mesma reunião, foram apreciados e aprovados os documentos exigidos para instrução do referido Relatório.

(Assinado digitalmente em 16/06/2021 15:43)
FREDERICO VICTOR ACIOLY MOTA GOMES
ASSISTENTE EM ADMINISTRACAO
Matrícula: 2424822

Processo Associado: 23074.048455/2021-21

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sipac.ufpb.br/documentos/> informando seu número:
25, ano: **2021**, documento (espécie): **CERTIDÃO**, data de emissão: **16/06/2021** e o código de verificação:
6257675dbd

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

B523d Bernardo, Aristides Ariel.

"Deslize pro lado contrário da tua orientação política"
: emoções e polarização político-ideológica nas
experiências afetivo-sexuais mediadas pelo aplicativo
Tinder / Aristides Ariel Bernardo. - João Pessoa, 2021.
218 f. : il.

Orientação: Marcela Zamboni Lucena.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCHLA.

1. Redes sociais digitais. 2. Aplicativos de
relacionamento. 3. Experiências afetivo-sexuais. 4.
Política - Ideologia. 5. Discurso político -
Polarização. I. Lucena, Marcela Zamboni. II. Título.

UFPB/BC

CDU 316.472.4(043)

AGRADECIMENTOS

Agradeço profundamente aos meus pais. Meu pai, Aristides Bernardo, que sempre me repetia as palavras “estude! Porque isso ninguém pode tirar de você”, à minha mãe, Lenir Rodrigues Olegário, e meu padrasto, Leonir Rocha, pela confiança e apoio no meu percurso acadêmico e nas minhas jornadas de vida, desde o primeiro momento em que resolvi sair da minha cidade natal e ir para Naviraí para cursar a graduação, até o momento em que decidi atravessar o país para morar e estudar em João Pessoa.

Agradeço à Luciana de Assis, ou Lunny para os íntimos, pela enorme amizade e por sempre ter me colocar nos trilhos durante a graduação, por ter me servido de espelho, por me desafiar a ser sempre uma pessoa, amigo e aluno melhor, bem como a todas as demais amigas, difíceis de listar uma a uma, que fiz durante o curso e minha estada em Naviraí.

Sou extremamente grato à Rhayanne Viriato por todo apoio e incentivo quanto a minha vinda para João Pessoa e por sempre ter estado do meu lado em momentos difíceis, além disso, as minhas sinceras desculpas por não ter conseguido retribuir da mesma forma no fim.

Agradeço aos amigos e amigas de turma do mestrado pelas boas conversas e debates dentro e fora de sala de aula, especialmente para Hacsa Oliveira, Leiris Sousa e Michelle Marinho pelo companheirismo e por todas as vezes que nos reunimos para jogar conversa fora ou para beber.

Agradeço a Thália Santos, Emília Ribeiro, Debora Rocha e Izabelly Souza, ambas amigas inestimáveis que o *Tinder* me proporcionou. Sou grato por meu aguentarem ouvir falar sobre o meu tema de pesquisa e por terem demonstrado interesse por ele, seja querendo ler algo já escrito, sugerindo, comentando ou conversando sem parar sobre *Tinder*.

Sou grato também à professora Patrícia Ramiro pelas palavras de apoio, confiança e incentivo em prestar o processo seletivo para o mestrado e também todos(as) os(as) demais professores(as) do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPB, assim como ao secretário Frederico Acioly pelo excelente trabalho na secretaria do Programa.

Agradeço a minha orientadora Marcela Zamboni por ter aceitado me orientar, pelo enorme apoio, confiança, paciência e ensinamentos, e também aos demais

membros da minha banca avaliadora pelas ótimas contribuições ao trabalho: Marina Moguillansky, pelas longas conversas sobre o *Tinder* e suas possibilidades de uso e José Artigas pelas críticas certeiras ainda na fase de qualificação.

Agradeço também à Ana Castelo e Amanda Caroline por aceitarem realizar a revisão desta dissertação.

Por fim, à CAPES, pela bolsa de estudos que viabilizou a minha permanência em João Pessoa para cursar o mestrado e desenvolver esta dissertação, mesmo diante de todas as dificuldades que as áreas da educação como um todo vêm enfrentando nos últimos anos.

“- Você conseguiu?
- Sim.
- E o que lhe custou?
- Tudo o que eu tinha.”

(Gamora e Thanos em Vingadores: Guerra Infinita)

RESUMO

Este trabalho e a escolha de seu tema implicam numa tentativa de produzir conhecimento acerca das experiências afetivo-sexuais em um contexto de extrema polarização política, partidária e ideológica. Nesse sentido, tivemos como objetivo demonstrar que o fenômeno político vem se tornando nos últimos anos um critério relevante para o estabelecimento de vínculos afetivos e relações sexuais entre pessoas que buscam tais experiências com a mediação do aplicativo de relacionamentos *Tinder*. A partir disso, defendemos a hipótese de que este fenômeno está se dando devido ao cenário de grande polarização político-ideológico pelo qual passamos nos últimos anos, e mais, que alguns espaços de relações afetivas (relações familiares, de amizade, afetivo-sexuais) e os discursos afetivos destes(as) usuários(as) estão intimamente ligados a este contexto político-ideológico brasileiro de “direita” versus “esquerda”, a ponto de ter se tornado critério para se relacionar com o outro. Para tal, criamos dois perfis, um com identificação masculina e outro feminino na referida plataforma, por meio dos quais realizamos a observação, coleta e classificação de 1219 perfis habituais de usuários(as) da cidade de João Pessoa. Destes, 381 (31,26%) perfis observados apresentaram alguma mensagem, frase, slogan, crítica ou apoio, tanto a figuras políticas, quanto interesse ou recusa por outros(as) usuários(as) favoráveis ou contrários aos posicionamentos ideológicos dos quais partilham.

ABSTRACT

This work and the choice of its theme imply an attempt to produce knowledge about affective-sexual experiences in a context of extreme political, partisan and ideological polarization. In this sense, we aimed to demonstrate that the political phenomenon has become in recent years a relevant criterion for the establishment of affective bonds and sexual relationships between people who seek such experiences with the mediation of the Tinder relationship application. From this, we defend the hypothesis that this phenomenon is occurring due to the scenario of great political-ideological polarization we have been through in recent years, and more than some spaces of affective relationships (family, friendship, affective-sexual relationships) and the affective discourses of these users are intimately linked to this Brazilian political-ideological context of “right” versus “left”, to the point of having become a criterion for relating to the other. To this end, we created two profiles, one with male identification and the other female on the aforementioned platform, through which we carried out the observation, collection and classification of 1219 regular user profiles in the city of João Pessoa. Of these, 381 (31.26%) profiles observed presented some message, phrase, slogan, criticism or support, both to political figures, and interest or refusal by other users in favor or against the ideological positions they share.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - *Tinder* na Google Play Store

Figura 2 - Tela de Login do *Tinder*

Figura 3 - Meu perfil no *Tinder*

Figura 4 - Menu de configurações do *Tinder*

Figura 5 - Menu de edição de perfil do *Tinder*

Figura 6 - Exibição dos perfis de usuários do *Tinder*

Figura 7 - Função de Curtir ou Passar perfis no *Tinder*

Figura 8 - Botões para seleção de perfis desejados

Figura 9 - Menu de chat entre usuários(as) do *Tinder*

Figura 10 - Importância do voto político entre usuários do *Tinder*

Figura 11 - Usuários(as) do *Tinder* e a apropriação de cores e signos como elemento político

Figura 12 - Usuários(as) do *Tinder* que se denominam de direita e/ou conservadores

Figura 13 - Usuários(as) do *Tinder* que se denominam de esquerda, petista ou comunista

Figura 14 - Deslize para o lado oposto da sua posição política

Figura 15 - Usuários(as) que classificam o impeachment de Dilma como golpe de Estado

Figura 16 - Usuárias pró e contra a condenação de Lula

Figura 17 - Perfis de usuários(as) com slogans de campanha para presidência do Brasil no ano de 2018

Figura 18 - Usuários(as) *Tinder* que apresentam sua idolatria por nomes da política

Figura 19 - "Mulheres unidas contra Bolsonaro"

Figura 20 - Usuárias do *Tinder* exigindo justiça pela execução de Marielle Franco e lembrando sua memória

Figura 21 - Uso da hashtag #EleNão e outras relacionadas

Figura 22 - Usuários(as) contra o uso de hashtags "anti-Bolsonaro"

Figura 23 - Perfil de uma usuária Olavista no *Tinder*

Figura 24 – Usuários(as) que utilizaram a teoria conspiratória da URSAL de forma satírica em seus perfis

Figura 25 - Usuária que afirma ser consciente sobre elementos sociais das quais bolsonaristas não seriam

Figura 26 - Foto de perfil de uma usuária do Tinder ao lado de Jair Bolsonaro

Figura 27 - Usuários do Tinder com críticas à Bolsonaro e seu governo

Figura 28 - Perfil de usuários(as) que se dizem contra o fascismo

Figura 29 - Usuários(as) do Tinder que não querem ser curtidos(as) ou curtirem perfis de eleitores(as) do Bolsonaro

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - *Dados coletados a partir do perfil com apresentação masculino*

Tabela 2 - *Dados coletados*

Tabela 3 - Modelo transcrição dos perfis coletados

Tabela 4 - Dados coletados que compõem a categoria "Política"

LISTA DE ABREVIATURAS

ALCA	Área de Livre Comércio das Américas
MBL	Movimento Brasil Livre
MDB	Movimento Democrático Brasileiro
MPF	Ministério Público Federal
MPL	Movimento Passe Livre
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
STF	Supremo Tribunal Federal
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
VPR	Vem Pra Rua
URSAL	União da República Socialista Latino-Americana

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
 CAPÍTULO 1 - APROXIMAÇÕES TEÓRICAS NA CONSTRUÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA	 26
1.1. Plataformização das experiências sociais	26
1.2. O <i>Tinder</i> : Descrição, funcionalidades e a representação do eu	39
1.3. A transformação da intimidade em tempos de redes sociais digitais	58
 CAPÍTULO 2 - ETNOGRAFIA VIRTUAL: INGRESSO NO <i>TINDER</i>, COLETA DE DADOS E CATEGORIAS EXPLICATIVAS	 71
2.1. Discussão sobre etnografia virtual	71
2.2. Ingresso no <i>Tinder</i> e procedimentos metodológicos	80
2.3. Perfis coletados e categorias explicativas	93
 CAPÍTULO 3 - “DESLIZE PRO LADO CONTRÁRIO DA TUA ORIENTAÇÃO POLÍTICA”: AS EMOÇÕES NA POLÍTICA OU A POLÍTICA NAS EMOÇÕES? ...	 114
3.1. Categoria Política	115
3.2. Da desconfiança ao início do ódio	120
3.2.1. Manifestações de junho de 2013	120
3.2.2. Desconfiança, medo e ódio: classe média e a ascensão do conservadorismo	123
3.3. #ForaDilma	129
3.3.1. Verde, amarelo e vermelho: polarização política e antagonismos entre direita e esquerda	129
3.3.2. “Por trás dessas fotos há um grande acordo nacional”: o Impeachment de Dilma e a narrativa do Golpe	145
3.3.3. #LulaLivre	148
3.4. #EleNão: acirramento ideológico, desinformação e ascensão do bolsonarismo	151
3.4.1. “#TchauPT agora é com o Mito!”: corrida eleitoral de 2018 e a busca pela esperança e confiança em meio ao caos	151

3.4.2. “Chega no meu ouvido e sussurra: Bolsonaro é o caralho”: Mulheres Unidas Contra Bolsonaro e o uso da hashtag #EleNão	156
3.4.3. “Só veem radicalismo perigoso no Olavo de Carvalho”? Olavismo e a base ideológica do bolsonarismo	166
3.4.4. “Esperando a URSAL ser instalada”: conspiracionismos, percepção da realidade, bolhas sociais e desinformação	170
3.4.5. “A eleição acabou, mas o ranço por vocês não”: (anti) bolsonarismo em questão	178
 CONSIDERAÇÕES	 196
 REFERÊNCIAL BIBLIOGRÁFICO	 203

INTRODUÇÃO

No fim do segundo milênio, iniciou-se uma revolução tecnológica centrada nas Tecnologias da Informação e Comunicação – as chamadas TICs –, e as mais conhecidas tecnologias digitais. As tecnologias supracitadas trouxeram consigo inúmeras transformações nas bases materiais da vida, penetrando em praticamente todas as esferas da atividade humana, além de acarretar novas formas de relação entre economia, Estado e sociedade. Vivemos hoje novas formas de sociabilidades, as quais foram se configurando no decorrer dos anos com o advento das TICs marcados por um forte processo de modernização social. A Internet, por exemplo, trouxe consigo transformações não só tecnológicas e sociais, mas também culturais, na qual foram geradas grandes (re) configurações nas relações dos indivíduos perante a sociedade, os meios materiais em que essas relações estão pautadas e diante de si mesmos (CASTELLS, 2002, 2005, 2013; DIJCK, 2013, 2017, 2020; LÉVY, 1993, 2010, 2011).

O mundo digital passou a oferecer uma forma de se comunicar e interagir com o “mundo físico”¹ de uma maneira diferente de como ocorria em um passado não muito distante, não desconsiderando é claro, a reprodução de certas práticas e hábitos que passaram a ser exercidos também no digital, ou que são decorrentes dele no mundo físico. Essas mudanças e (re) produções culturais podem ser explicadas pelas novas formas de constituição e organização de redes globais de comunicação das sociedades, governos, empresas, e grupos diversos em todo planeta.

Essa sociedade é designada por Castells (2002, 2005) de *Sociedade em Redes*, caracterizada por uma mudança na sua forma de organização social, possibilitada pelo surgimento das Tecnologias de Informação e Comunicação. As TICs proporcionaram o surgimento de uma gigantesca infraestrutura de comunicação digital, abrigando uma infinidade de informações produzidas e acessadas pelos seres humanos que navegam e alimentam esse universo, conhecido por *Ciberespaço* (LÉVY, 1993, 2010, 2011).

¹ Utilizamos a expressão “mundo físico” ao invés de “mundo real” como contraste explicativo à ideia de “mundo digital” por entender que este último, embora desprovido de territorialidade, conforme apresenta alguns autores, não deixa de se constituir enquanto um elemento real em nossas vidas e nos efeitos resultantes de nossa interação com elas. Portanto, para evitar possíveis confusões ou alusões de que o “digital” não seja um espaço que se constitui de forma real em nossa existência, preferimos utilizar o termo “físico”.

A forma com que as tecnologias digitais e plataformas *on-line* têm adentrado cada vez mais a vida cotidiana em todo o mundo tem levado a interdependência cada vez maior entre estas tecnologias digitais e seus conteúdos, formas de uso, representações sociais, estruturas socioeconômicas, empresas e seus modelos de negócio, governos e o direito, formando um vasto *ecossistema tecnocultural de mídias conectivas* (DIJCK, 2013), onde uma simples mudança em um elemento desse ecossistema tem a capacidade de alterar várias das demais experiências de sociabilidade.

Transformações vêm ocorrendo durante séculos nos relacionamentos, e adentraram também o século XXI, se constituindo a partir de mudanças sociais e culturais e gerando novos tipos de relações, até mesmo transformações nos relacionamentos amorosos entre as pessoas. Não seria diferente, portanto, considerar que as novas tecnologias, acesso à *Internet*, mídias e redes sociais digitais etc. também venham contribuindo de alguma forma para (re) estruturar a maneira de estabelecermos vínculos com outras pessoas na busca por experiências afetivo-sexuais (ARAUJO, 2012; BELELI, 2017; MISKOLCI, 2014, 2016).

Alguns conceitos nos serão caros no decorrer de todo o texto. O primeiro deles é a ideia de *rede social digital*:

Em síntese, [...] o conceito de “rede social digital” como a macroestrutura tecnológica que dá suporte a um conjunto de atores sociais (sujeitos e instituições) conectados por laços sociais (BATISTA, 2012; RAHME, 2010; FREUD, 1976, 1997), os quais são formados, mantidos e reforçados (ou não) por meio de interações sociais (VYGOTSKY, 1987, 1989; BAKHTIN, 1988; LURIA, 1987). As interações são concretizadas, realizadas dentro de uma relação de troca de conteúdo. Estes podem ser criados pelas mais diferentes linguagens disponíveis no formato digital: textual, sonora, audiovisual e imagética. Estas ferramentas potencializam a manutenção e a expansão dos laços sociais, além de ajudarem a visualizar as redes de relacionamento das quais cada sujeito faz parte (VERMELHO; et. al., 2014, p.188).

Já por *experiências afetivo-sexuais*, entenderemos, *a priori*, tanto a busca por relações sexuais casuais, o que Giddens (1993) chama de “*sexualidade episódica*”, ou seja, aquela busca de/por parceiros(as) sexuais transitórios(as), ligações de curto prazo, despersonalizadas etc., quanto aquelas que podem vir a envolver algum tipo de vínculo afetivo desprovido de relações sexuais, como carinho, ternura, amizades,

ou vinculada a algum tipo de sentimento afetivo e atração sexual entre as partes, como a paixão, relacionamentos amorosos e o amor.

Nesse sentido, tomando algumas dessas mudanças em tais processos de sociabilidade, com o advento das TICs, mídias digitais, *Internet* e dos aplicativos de *smartphone* e das redes sociais digitais como meio de comunicação de massa, pretendemos analisar alguns desses elementos por meio de aplicativos de relacionamentos para celulares. Para tanto, temos por objetivo investigar a relação entre o fenômeno político e o estabelecimento de vínculos afetivos e relações sexuais entre pessoas que buscam tais experiências com a mediação do aplicativo de relacionamentos *Tinder*² a partir da análise das recorrências discursivas encontradas nos perfis coletados. Assim, objetivamos produzir conhecimento acerca das experiências afetivo-sexuais em um contexto de extrema polarização política, partidária e ideológica tentando identificar características do processo interacional de mediação das experiências afetivo-sexuais através desse aplicativo.

Para alcançarmos este objetivo realizamos a observação e coleta de perfis de usuários(as) do *Tinder* com discursos políticos, investigamos as narrativas políticas encontradas nesses perfis, analisamos as justificativas de recusa e aceitação do outro com base em seu posicionamento político, partidário e ideológico para podermos compreender a relação entre estas justificativas de escolha do outro e o contexto político polarizado pelo qual passamos no cenário sociopolítico brasileiro.

Tinder é um site e aplicativo para celulares *smartphones* voltado para conhecer pessoas. Utilizado usualmente para estabelecer novas amizades e encontrar parceiro(a)s sexuais e amoroso(a)s, o que Cavalcanti (2017) chamou em sua pesquisa sobre o *Tinder* de “*trocas previsíveis*”, que seriam as trocas propostas pelos termos de uso do próprio aplicativo. No entanto, a autora pôde identificar em sua pesquisa que seu uso também se estendia para outros tipos de trocas, como venda de produtos e serviços de beleza, de comércio de eletrônicos à oferta de massagem tântrica e prostituição (CAVALCANTI, 2017). O aplicativo pode ser instalado gratuitamente em *smartphones*, e sua utilização é simples. Baseado em geolocalização o aplicativo mostra-lhe outro(a)s usuários(as) que estão em uma distância próxima a sua, dando a opção de “*curtir*” ou “*passar*” os(as) outros(as) usuário(as) que lhe são apresentados(as). Caso você *curta* alguém, e seja

² Site do *Tinder*: <https://Tinder.com/?lang=pt-BR>. Acessado em 21/01/2021.

correspondido com uma *curtida* dessa mesma pessoa, vocês têm um *match*, ou seja, uma combinação. Após o *match* com a outra pessoa é disponibilizado o espaço de bate-papo onde é possível iniciar a conversação.

Como será melhor exposto no segundo capítulo, não foram realizadas entrevistas com usuários(as) do aplicativo *Tinder*, sendo assim a pesquisa se deteve, por enquanto, à análise discursiva dos perfis por meio de suas descrições e fotos. Com a coleta e mapeamento de 1219 perfis habituais de usuários(as) do *Tinder* na cidade de João Pessoa-PB, buscamos elaborar categorias explicativas derivadas das recorrências discursivas encontradas nos perfis. Foram observados padrões que giravam em torno das características fornecidas pelos(as) usuários(as) como estratégias de apresentação de si (fotos, descrições etc.), averiguando os interesses e motivações, as possibilidades diversas de uso, e os critérios para seleção do outro dentro do aplicativo na tentativa de alcançar as experiências afetivo-sexuais desejadas.

Apesar das várias categorias criadas, com o que fora observado nos dados coletados para esta investigação, nos deteremos sobre a discussão de uma em particular: *discurso político*. Com a percepção de certos padrões discursivos encontrados nos perfis coletados, os que mais se destacaram foram aqueles que englobavam discursos políticos em suas fotos ou descrições. Desta feita, do total de perfis coletados, 381 (31,26%) dos(as) usuários(as) apresentaram alguma mensagem, utilizando-se de imagens, cores, frases, slogans e textos em geral, para expressar seu posicionamento político favorável ou contrário tanto a figuras políticas em voga no cenário sócio-político brasileiro dos últimos anos, quanto interesse ou recusa por outros(as) usuários(as) pró ou contra essas figuras políticas e esses mesmos posicionamentos ideológicos apresentados.

Como fora possível perceber com as imagens e descrições de perfis de usuários do aplicativo *Tinder* no período de coleta dos dados para esta pesquisa, abril a maio de 2019 e dezembro de 2019 a janeiro de 2020, o elemento político está explicitamente presente enquanto critério para seleção do outro e estabelecimento de uma relação ou experiência afetivo-sexual. Assim, demonstraremos, com base na análise dos próprios perfis de usuários(as) do *Tinder*, a grande importância dada ao fenômeno político na escolha, estabelecimento e manutenção de experiências afetivo-sexuais inicialmente mediadas dentro do aplicativo. De igual modo, não seria difícil

extrapolar que tal importância possui relevância igual ou maior ao se tratar de um contexto fora da plataforma.

Embora este aplicativo não dê muito espaço para uma apresentação ou discussão intensificada sobre gênero, religião, política e outros, visto que não há campos de preenchimento sobre essas informações na elaboração de perfil, é possível notar as estratégias de usuários(as) que parecem sentir a necessidade de exibir tais características e valores na apresentação de si ou como critérios para seleção do outro. Apoiado nesta grande quantidade de usuários(as) que exprimem tais recorrências discursivas sobre política em seus perfis do *Tinder*, entendemos que esse posicionamento político no aplicativo é resultado do cenário de grande polarização político-ideológico pelo qual passamos nos últimos anos.

Com base no mapeamento dos perfis com discursos políticos temos o objetivo de demonstrar que o fenômeno político vem se tornando nos últimos anos um critério relevante, dentre outros, para o estabelecimento de vínculos afetivos e relações sexuais entre pessoas que buscam tais experiências com a mediação do *Tinder*, e possivelmente outros meios de mediação. Os perfis observados reproduziam um discurso dicotômico de nós contra eles (STANLEY, 2018), de direita versus esquerda, de Bolsonaro contra Lula etc. A partir disso, defenderemos a hipótese de que este fenômeno está se dando devido o cenário de grande polarização político-ideológico pelo qual temos passado desde as Manifestações de junho de 2013 e intensificado com as eleições presidenciais de 2018, e mais, que alguns espaços de relações afetivas (relações familiares, de amizade, afetivo-sexuais) e os discursos afetivos destes(as) usuários(as) estão intimamente ligados a este contexto político-ideológico brasileiro. Nesses termos, a esfera do debate público parece estar alinhada a essa polarização política quase maniqueísta, permitindo que as emoções venham se tornando um elemento significativo no fazer política. Do mesmo modo, a política parece ter afetado nossas emoções cotidianas e espaços destinados a experiências afetivo-sexuais, a ponto de ter se tornado critério para se relacionar com o outro.

Para Araujo (2012) o ser humano constitui-se em comunidades desde que possuam interesses em comum, e podemos pensar que um desses interesses é a própria necessidade de comunicação. É a partir da comunicação que nos inserimos em uma sociedade. Segundo Marcondes Filho (2002, p.11 *apud* ARAUJO, 2012, p.02) a comunicação seria “o ato de transmitir e trocar signos e mensagens, referindo-se

mais além à circulação de bens e pessoas”. Bordenave (2005), defende que, é por meio da comunicação que as pessoas têm a possibilidade de compartilhar e vivenciar novas experiências, ideias e sentimentos, onde essa troca relacional influenciaria e modificaria mutuamente a realidade em que os indivíduos estão inseridos.

Nesse mesmo sentido, nos é possível inferir que com a comunicação, através do uso de diversas linguagens, podemos expressar nossas subjetividades e nossos sentimentos. A linguagem seria uma forma, portanto, de expressão de nossos sentimentos, e o próprio ato de expressar esses sentimentos “é uma linguagem, em que o indivíduo comunica aos outros aquilo que sente em um código comum, nesse movimento comunicando também a si mesmo suas emoções” (REZENDE; COELHO, 2010, p.48). Para Giddens, “virtualmente toda experiência humana é mediada – pela socialização e em particular pela aquisição da linguagem” (GIDDENS, 2002, p.28). A linguagem, verbal ou não verbal seria um elemento de extrema importância na e para a interação entre os indivíduos, permitindo a compreensão das ideias, atitudes e servindo de base para a interação, possibilitando que as pessoas compreendam a subjetividade umas das outras, aproximando-as ou afastando-as (SÊGA, 2011).

Da mesma forma, percebemos o perfil elaborado em uma rede social digital e todos os elementos simbólicos que o compõem como uma forma de linguagem típica deste novo ambiente das redes. Sendo assim, os nossos perfis dentro desse tipo de plataformas têm a capacidade de comunicar e informar uma imagem que tentamos construir de nós mesmos e que queremos que os outros percebam a nosso respeito. Portanto, aquilo que demonstramos ser, nossos pensamentos, sentimentos, gostos e objetivos podem ser observados por meio de uma forma de linguagem que passa a ser mediada nesses ambientes digitais.

Entende-se que a busca por um relacionamento mediado pelo digital se configura uma nova representação da vida contemporânea, onde as fronteiras entre o material e o virtual se emaranham de maneira que concede espaço para a busca idealizada de novas experiências afetivo-sexuais. Vale ressaltar que a forma como interagimos com o outro, a maneira que expressamos nossos sentimentos e afetos “são lembradas desde cedo como parte de um contexto de interação social, e não são pensadas de forma isolada” (REZENDE; COELHO, 2010, p.30). Dessa forma, as emoções estariam dentro de esquemas e padrões aprendidos em interações com o

ambiente social e cultural desde a infância, e são acionados de acordo com cada contexto, conforme descrevem as autoras.

Igualmente, a sexualidade, segundo Giddens, “é uma elaboração social que opera dentro dos campos do poder, e não simplesmente um conjunto de estímulos biológicos que encontram ou não uma liberação direta” (GIDDENS, 1993, p.33). Por serem operadas dentro de um campo de poder, ela varia historicamente, no tempo e espaço. Podemos inferir que essas formas de se relacionar de forma mediada por tecnologias digitais proporcionam novas regras de interação e expressão dos sentimentos e das sexualidades, não desconsiderando a possibilidade de manutenção e propagação de antigas regras e hábitos.

Um exemplo que pode ser dado a respeito, acontece hoje, quando duas pessoas ou mais acabam de se conhecer, onde uma das principais coisas que pode ser perguntada é: “tem *whats?*”³. Essa pergunta acaba por proporcionar todo um discurso simbólico daquilo que projetamos sobre o outro recém-conhecido. Além disso, pede-se o número de telefone da pessoa que se conheceu para manter um contato pelo aplicativo de mensagens *Whatsapp*, para que se prolongue aquele contato imediato que pode ter se configurado “face a face” (GOFFMAN, 2011), ou por interação inicial em outro aplicativo para uma relação mediada agora pelo digital, que pode se dar a qualquer momento e em qualquer lugar e que também é descartável podendo-se a qualquer momento apagar o número, as mensagens, as fotos etc.

[...] estas tecnologías han modificado la configuración social del amor y sus protocolos, así como las estrategias desplegadas para establecer relaciones. Hasta hace unas décadas, la mayoría de las parejas se formaban en ámbitos cotidianos copresenciales, como la escuela, la universidad, el club, el barrio, el trabajo y las redes familiares y del grupo de pares. Durante los últimos años, estos espacios conviven con el auge de las apps, además de los sitios de redes sociales más populares como Facebook, Instagram, Snapchat y Twitter. En definitiva, con la masificación de la Internet 2.0, ha crecido exponencialmente la cantidad de parejas que se conocen de modo virtual (LINNE; LOPES, 2019, p.102-103).

A possibilidade de se relacionar de maneira rápida através desse espaço faz com que as pessoas se sintam íntimas de maneira a estabelecer relações muito

³ Referindo-se ao aplicativo *Whatsapp*, aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones. Além de mensagens de texto, os usuários podem enviar imagens, vídeos e documentos, além de fazer ligações gratuitas por meio de uma conexão com a internet.

intensas, que podem durar ou terminar na mesma velocidade e no contexto em que tiveram início. Desse modo, sabemos que a *Internet* se tornou uma esfera de relacionamentos nos quais se pode conhecer várias pessoas na mesma noite, sem sair de casa, ao mesmo tempo em que se mantêm ou se terminam relações já estabelecidas. O digital, porém, não é uma substituta das relações presenciais, “el contacto humano a través de los sitios de internet no ha llegado a reemplazar la socialidad offline” (DIJCK, 2013, p. 54), ao contrário, é mais uma esfera de interação com o outro e que apresenta novas formas de comunicação e interação.

A velocidade com que certos vínculos são estabelecidos ou desfeitos nas redes sociais digitais, como afirma Lévy (2010), ao criticar aqueles que condenam a informática, não é em si algo bom ou ruim. Lévy avulta que a tecnociência foi responsável por criar tanto as bombas nucleares quanto as redes de comunicação interativa. Da mesma forma, não nos caberá aqui avaliar se tais processos constituem algo positivo ou negativo para as experiências afetivo-sexuais. Por outro lado, percebemos este movimento enquanto um processo de transformação constante do desenvolvimento sociocultural, agora pautado por/sob novos elementos, quais sejam, as redes sociais digitais, que são percebidas como um ambiente que pode proporcionar tanto uma negociação democrática entre seus usuários na busca por experiências afetivo-sexuais, quanto perpetuar velhos hábitos, preconceitos, opressão de gênero etc.

Para podermos realizar tais discussões, exporemos no primeiro capítulo uma discussão dividida em três partes: a primeira parte é sobre o desenvolvimento de uma sociedade marcada pelo advento da tecnologia digital, onde abordaremos aspectos de um processo de adaptação da vida social e cultural e dos mais diversos setores econômicos, governamentais às plataformas digitais. Esta migração demonstraria a grande capacidade das redes de gerar profundas reorganizações de práticas e imaginações culturais em torno da infraestrutura digital, ao passo em que essas práticas moldam simultaneamente as dimensões institucionais das plataformas. A segunda será uma apresentação do campo que compõe essa dissertação, qual seja, o aplicativo *Tinder*, realizando uma breve descrição do aplicativo e suas funcionalidades, configurações e opções para a elaboração de um perfil. Realizaremos esta descrição em aproximação com a teoria de atuação dramaturgical de Goffman, realizando uma extrapolação da interação face a face para uma atuação

mediada por essas plataformas de redes sociais, onde a construção de uma imagem idealizada de si é tida como apresentação de uma fachada pessoal que busca despertar o interesse do outro dentro do *Tinder*, que pode ser percebido enquanto jogo de disputas de afeto. Por fim, a terceira parte será um paralelo entre os objetivos dos usuários deste aplicativo com a discussão de Giddens sobre as transformações da intimidade, demonstrando que por meio destas plataformas há uma liberdade para expressar seu desejo seja pela busca de um relacionamento ideal em que se prioriza elementos de compatibilidade entre os parceiros para a efetivação de sua experiência afetiva, ou a liberdade de expressar sua busca por relações sexuais episódicas em que se deseja apenas a satisfação sexual, onde o *Tinder* é tomado como um facilitador.

Já no segundo capítulo, falaremos sobre a entrada no campo, a construção do objeto de pesquisa, os perfis de usuários(as) do aplicativo, as metodologias e técnicas empregadas para a coleta, armazenamento e análise dos dados coletados, e as categorias explicativas criadas com a análise dos perfis coletados, a qual nos detemos na escolha de apenas uma delas para a discussão desenvolvida aqui, qual seja, os discursos políticos tecidos pelos(as) usuários(as). Devido a não realização de entrevistas e conversas diretas com interlocutores e usuários(as) do *Tinder*, destacaremos neste capítulo o fato de a pesquisa aqui elaborada ter sido desenvolvida com base na análise e observação de recorrências discursivas dos perfis coletados, buscando justificar e demonstrar que a pesquisa com este tipo de material tem tanta relevância para o desenvolvimento do conhecimento científico quanto outros métodos tradicionais caros às Ciências Sociais, como a realização de entrada em um campo físico e entrevistas semiestruturadas com interlocutores.

No terceiro capítulo discutiremos a categoria desenvolvida com base nos(as) usuários(as) que exibem mensagem, frase, *slogan* e imagens de crítica ou apoio a figuras políticas do cenário sócio-político brasileiro dos últimos anos. Apresentaremos alguns dos perfis que compuseram esta categoria discutindo a forma de apresentação de si, os interesses, gostos e justificativas para a aceitação ou recusa de outros(as) usuários(as) pró ou contra essas figuras políticas e esses mesmos posicionamentos ideológicos dos quais partilham. Ao apresentar os perfis observados abordaremos também, com base em uma discussão sócio-histórica, o cenário político brasileiro, para entendermos, até certo ponto, um dos caminhos percorridos por nós nos últimos

anos, e que nos trouxe até este momento de acirramento político entre direita versus esquerda. Para tanto, percorreremos brevemente algumas das várias instabilidades sofridas pelo governo Lula e intensificadas no governo Dilma, passando pela ascensão da extrema-direita política brasileira, que ganha forças após a reeleição de Dilma, o período que culmina em seu *impeachment* e nos leva, nas eleições de 2018, a escolha de Jair Bolsonaro para a presidência brasileira, e como os usos das tecnologias digitais, as mídias tradicionais, *Internet* e redes sociais se relacionam a este contexto.

No decorrer deste capítulo, faremos correlações diretas dos perfis de usuários(as) que trazem algum elemento político em suas descrições e/ou fotos de perfis com o cenário político brasileiro. Nesse sentido, tentaremos realizar “uma abordagem contextualizadora em que as emoções sejam analisadas do ponto de vista pragmático, nas situações sociais específicas em que elas são expressas” (REZENDE, 2002, p. 25). Esta correlação se dará na tentativa de defender nossa hipótese de que alguns espaços de relações afetivas e os discursos afetivos destes(as) usuários(as) estão intimamente ligados com o contexto político-ideológico brasileiro, onde, do mesmo modo, não poderemos deixar de pensar na política sem o engajamento de afetos.

CAPITULO 1 - APROXIMAÇÕES TEÓRICAS NA CONSTRUÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA

“No mundo de uns e zeros, você é o mestre absoluto. Nenhum firewall pode deter você. Nenhuma criptografia pode desativá-lo. Estamos todos à sua mercê. Das redes de energia às telecomunicações, as vidas de todos são controladas e dominadas por redes digitais complexas que se curvarão sem esforço à sua vontade”.

Bruce Wayne em Liga da Justiça - Snyder Cut.

1.1. Plataformização das experiências sociais

Para Castells (2002, p.57) “as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade” permitindo que a comunicação mediada, seja por computadores e, mais ainda, por celulares, nos últimos anos, proporcione a criação de uma ampla gama de comunidades digitais.

A partir da década de 1990, o autor destaca que essas tecnologias da informação e as comunidades digitais proporcionaram, em certa medida, ações sociais e políticas em torno do que ele chama de identidades primárias. Essas identidades estariam voltadas à busca por significado e espiritualidade. Por identidade, Castells entende “o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturais e sociais” (CASTELLS, 2002, p.57-58).

Para entender a discussão travada pelo autor é preciso compreender o capitalismo sob uma nova modalidade. Ou seja, o capitalismo já não seria mais, apenas, comercial, nem um capitalismo industrial, e já teríamos passado por um capitalismo financeiro, e agora, nos encontraríamos sob uma nova égide do capitalismo, o que Castells (2002) vai chamar de *Capitalismo Informacional*.

Capitalismo informacional significaria, no sentido atribuído pelo autor, a maneira com que o sistema capitalista hoje produz, dissemina, acumula, divulga e obtém sua lucratividade com a informação. Um exemplo seria a monetização dos conteúdos produzidos em redes sociais digitais por parte das empresas donas daquele veículo de comunicação aos produtores desses conteúdos distribuídos

nessas redes, como *Youtube*, *Facebook*, *Instagram*⁴ e etc. A informação obtém, ou lhe é atribuída, uma grande capacidade de poder de troca, onde passa a possuir um grande poder de mercado.

Com o grande advento das Tecnologias da Informação e da Comunicação, tomamos como exemplo dos *Smartphones*, que vão além de um simples telefone celular para realizar e receber ligações. O aparelho passa a integrar inúmeras mídias digitais, trazendo em si várias ferramentas que nos permite produzir e disseminar qualquer tipo de informação digital de uma maneira eficiente e cada vez mais rápida. Para o autor, essas TICs afetariam quatro esferas da sociedade contemporânea: 1. Promove uma reestruturação na dinâmica *do funcionamento do mundo das empresas* visto que hoje, poucas empresas não se estruturam por meio de uma ampla rede de tecnologia da informação e da comunicação; 2. Mudanças estruturais no *mundo do trabalho*, posto que cada vez mais temos a atividade profissional realizada fora de um local específico de trabalho, onde este passa a ser realizado especialmente em casa, por meio do uso de smartphones e computadores. Aqui também temos cada vez mais a presença das redes sociais digitais nesse processo de (re) estruturação, visto que é possível ser monetizado pela produção de seus conteúdos. Muitos produtores de informações passam a se dedicar cada vez mais a essas plataformas digitais, fazendo da produção de conteúdo para essas plataformas sua principal forma de trabalho e remuneração, permitindo que os canais de comunicação mais tradicionais venham perdendo força nos últimos anos; 3. Modificação no *espaço escolar e acadêmico* visto que se utiliza a informação trazida pelas tecnologias para gerar conhecimentos; 4. Mudanças nas *relações familiares e conjugais/amorosas*: essas relações cotidianas estão cada vez mais baseadas em aplicativos de comunicação e relacionamentos, nas quais as interações cotidianas passam a ser pautadas pela noção de tempo e espaço da interação mediada por essas plataformas digitais. Troca de ideias,

⁴ *YouTube* é uma plataforma de compartilhamento de vídeos criada em 2005 e comprada pela empresa *Google* em 2006. A plataforma disponibiliza conteúdos audiovisuais produzida principalmente pelos próprios usuários que consomem e alimentam a plataforma, sendo atualmente uma grande plataforma de entretenimento. *Facebook* é uma plataforma e rede social digital lançada em 2004 operado e de propriedade da *Facebook Inc.* Os usuários criam perfis que contêm fotos e listas de interesses pessoais, trocam mensagens privadas e públicas e outros conteúdos audiovisuais. *Instagram* foi criado em 2010 e comprado pelo *Facebook* em 2012, é uma plataforma e rede social digital de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários permitindo a aplicação de filtros digitais e compartilhamento em uma variedade de serviços de redes sociais, além de também permitir a troca de mensagens privadas e públicas entre seus usuários.

construção da afetividade, visibilidade, status e etc. se dão cada vez mais pela mediação dessas tecnologias.

Para Castells (2002), vivemos em uma sociedade em que pessoas e instituições estão conectadas de forma emaranhada e complexa em que todos os pontos se conectam uns com os outros e cada ponto é uma pessoa e/ou uma Instituição. Partindo deste princípio o autor chama nossa sociedade de *Sociedade em Rede*. Para ele,

Redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Embora a forma de organização social em redes tenha existido em outros tempos e espaços, o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para sua expansão penetrante em toda a estrutura social (CASTELLS, 2002, p.565).

Castells nos traz uma interpretação na qual a rede de comunicação existe desde tempo imemoriais, chegando até a sociedade contemporânea, porém intensificada com o Capitalismo Informacional e a disseminação das tecnologias de informação. Para o autor, esse desenvolvimento e a difusão de uma nova estrutura social organizada em redes foi impulsionada após o término da Guerra Fria por transformações institucionais da reestruturação capitalista e pela revolução nas tecnologias da informação e comunicação, o que ele denominou de Capitalismo Informacional, também descrito como Sociedade em Redes.

Essas transformações podem ser entendidas como transformações tecnológicas. Tal fenômeno ocorrera, entretanto, apenas em algumas sociedades e foram difundidas em áreas geográficas limitadas. A revolução da tecnologia da informação difundiu-se pelo mundo em menos de duas décadas e se tornou uma nova fonte de desigualdades sociais. Ou seja, o alcance dessas transformações tecnológicas não se dá de forma igualitária para todos (MISKOLCI, 2016).

Com a Sociedade em Redes, grandes transformações ocorreram nas esferas centrais da atividade humana, por exemplo, a política, a economia, o trabalho, a cultura, a relação com o espaço e a relação com o tempo. Essas transformações são movidas pela organização das estruturas sociais em redes, favorecida pelas novas condições institucionais e tecnológicas, de forma a atender às exigências de maior flexibilidade, descentralização e competitividade dos mercados capitalistas. Com isso,

Castells nos leva a entender que a movimentação da sociedade em redes é fruto de uma organização estrutural do nosso sistema de produção capitalista, que se organiza de forma diferenciada baseada nas redes de informação, abrangendo todas as esferas de nossas vidas.

Com base nisso, Dijck (2013) aponta que Castells parte de uma teoria que defende e se foca em uma economia política, mais que na relação entre atores e as tecnologias que fazem parte de seu cotidiano, dando mais ênfase a infraestrutura econômica, política e jurídica enquanto condições de evolução das redes. Voltados para as infraestruturas organizacionais, esta percepção, da qual partiria Castells, considera as tecnologias digitais como manifestações de relações e disputas de poder entre as empresas e os consumidores. Estas disputas se dariam entre atores sociais, os usuários que buscariam certa autonomia e liberdade comunicacional nas redes, e atores institucionais como governos e empresas tecnológicas que estariam em busca de novas estratégias para adaptar as tecnologias digitais aos seus próprios interesses financeiros e políticos. Neste ponto, a percepção de Castells pouco ofereceria sobre as questões de sociabilidade, as formas que as tecnologias digitais penetram e moldam a interatividade, ou seja, pouca atenção se dá às formas como estas tecnologias evoluem em conjunto com seus usuários (DJICK, 2016).

Por outro lado, Lévy (1993, 2010, 2011), aborda algumas das novas maneiras de se relacionar intersubjetivamente como um fenômeno marcado pelo advento do *ciberespaço*, que seria um novo local, desterritorializado, que atua enquanto meio de comunicação que emerge da interconexão mundial de computadores, ou seja, a rede.

O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo 'cibercultura', especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 2010, p. 17).

A *cibercultura* pode ser entendida como a cultura contemporânea estruturada pelas tecnologias digitais, constituindo-se de um “conjunto de práticas e representações que surge e se desenvolve com a crescente mediação da vida cotidiana pelas tecnologias da informação [...]” (RÜDIGER, 2007, p. 183).

Lemos (2003) conceitua a cibercultura como “a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70” (LEMOS, 2003, p. 12) do século passado.

O computador, e mais recentemente os celulares, parecem ter se tornado estes dispositivos capazes de transformar a maneira como encaramos e percebemos o mundo a nossa volta e a forma como estabelecemos e mantemos relações. As infraestruturas digitais têm sido significativas em reestruturar nosso imaginário de forma geral, visto que “cada vez mais concebemos o social, os seres vivos ou os processos cognitivos através de uma matriz de leitura informática” (LÉVY, 1993, p.15).

Dentre inúmeros outros elementos, a tecnologia pode embasar a experiência, servir de fonte para o imaginário, estruturando as formas como vemos e agimos, reelaborando todo o equilíbrio das representações e das imagens que dispomos do mundo a nossa volta.

Uma coisa é certa: vivemos hoje em uma destas épocas limítrofes na qual toda a antiga ordem das representações e dos saberes oscila para dar lugar a imaginários, modos de conhecimento e estilos de regulação social ainda pouco estabilizados. Vivemos um destes raros momentos em que, a partir de uma nova configuração técnica, quer dizer, de uma nova relação com o cosmos, um novo estilo de humanidade é inventado (LÉVY, 1993, p.16).

As dinâmicas sociais têm sido transformadas com a introdução da cibercultura, percebida como “interconexão permanente em espaços híbridos mediados por comunidades virtuais” (FIGUEIREDO, 2016, p.12). Essas mudanças se apresentam de forma cada vez mais constante em nossos discursos e relações interpessoais contemporâneas, inclusive no que diz respeito à busca por parceiro(a)s amoroso(a)s.

As normas de interação mudaram. Os conceitos de público e privado se embaralharam. As pessoas são facilmente localizáveis e pesquisáveis, pois quase todos têm suas páginas de apresentação, sites e blogs na internet. Muitos possuem contas no Facebook [Instagram, Whatsapp, *Tinder*, YouTube etc.] onde descortinam suas ações cotidianas de maneira inteiramente nova (FIGUEIREDO, 2016, p.12).

Lévy (1993) critica, por sua vez, muitos trabalhos que seguem uma orientação, segundo ele, preconceituosa e antitécnica, em que se percebe tais transformações ou

reelaborações sociais como negativas e mesmo algo degradante para as relações interpessoais. Esse grupo possuiria uma concepção de ciência e de técnica separadas das mudanças (*devir*) pela qual passam os coletivos da humanidade, onde esta mesma ciência e técnica seriam percebidas como “autônomas para retornarem e imporem-se sobre o social com a força de um destino cego. A técnica encarna, para eles, a forma contemporânea do mal” (LÉVY, 1993, p.12). De outro modo, Pierre Lévy é considerado um otimista quanto ao avanço das tecnologias digitais, da *Internet*, da cibercultura e do ciberespaço, mas mantém a consciência de que “a Internet não resolverá, em um passe de mágicas, todos os problemas culturais e sociais do planeta” (LÉVY, 2010, p.11). Entende-se que não existe ciência nem técnica autônoma, e isoladas do devir coletivo e do mundo das significações. Esses são fenômenos artificiais que fazem parte da história e da cultura e, portanto, são regidas por indivíduos dentro de um contexto social definido. A ciência e a técnica representariam uma questão política e cultural integradas no funcionamento social.

Nem a sociedade, nem a economia, nem a filosofia, nem a religião, nem a língua, nem mesmo a ciência ou a técnica são forças reais, elas são, repetimos, dimensões de análise, quer dizer, abstrações. Nenhuma destas macro entidades ideais podem determinar o que quer que seja porque são desprovidas de qualquer meio de ação. Os agentes efetivos são indivíduos situados no tempo e no espaço (LÉVY, 1993, p.13).

Em outras palavras, as técnicas não viriam de outro planeta, “[...] do mundo das máquinas, frio, sem emoção, estranho a toda significação e qualquer valor humano, [...]” (LÉVY, 2010, p.21). Ao contrário, para o autor, a técnica seria fruto mesmo da própria existência do ser humano, ou seja, “[...] não somente as técnicas são imaginadas, fabricadas e reinterpretadas durante seu uso pelos homens, como também é o próprio uso intensivo de ferramentas que constitui a humanidade enquanto tal” (LÉVY, 2010, p.21). A manipulação do fogo, a arquitetura, a roda, a navegação, a escrita, o telefone, o cinema, o texto, o têxtil etc., são alguns exemplos de que “o mundo humano é, ao mesmo tempo, técnico” (LÉVY, 2010, p.22).

As tecnologias não seriam, assim, um ator autônomo, separado da cultura e da sociedade ou mesmo do próprio ser humano. Para o autor a técnica é apenas um ângulo, um ponto de vista de análise dos “sistemas sociotécnicos globais, um ponto de vista que enfatiza a parte material e artificial dos fenômenos humanos, e não uma

entidade real, que existiria independentemente do resto, que teria efeitos distintos e agiria por vontade própria” (LÉVY, 2010, p.22).

Importante ressaltar que Lévy parte da teoria ator-rede para descrever a relação entre pessoas e tecnologia. Nessa perspectiva, parte-se do princípio de que os artefatos tecnológicos não são ou estão isolados das pessoas que as criam e as utilizam, do mesmo modo, as pessoas não são alheias ao seu desenvolvimento e disseminação. As tecnologias não seriam objetos autônomos, mas fazem parte do tecido social que em conjunto com os sujeitos formam os nós de ligação desta rede sociotecnológica, ou seja, se concentra na evolução conjunta de redes de atores (pessoas) e tecnologias. Nesse ponto, a teoria ator-rede permitiria a compreensão das tecnologias em si mesmas e também suas formas de integração na interação humana, porém, teria pouco foco nos níveis institucionais de relação de poder entre usuários e outros atores institucionais, ignorando estruturas organizacionais (DIJCK, 2013).

Uma terceira vertente explicativa para o fenômeno do digital em nossa sociedade contemporânea é expressa pela autora José Van Dijck, que busca uma conciliação analítica entre a teoria ator-rede, que se concentra na evolução conjunta de redes de atores (pessoas) e tecnologias, e a economia política, que daria ênfase a infraestrutura econômica, política e jurídica como condições de evolução das redes.

Para Dijck (2013) o desenvolvimento de novas tecnologias é inseparável do surgimento de novas formas de uso e geração de conteúdo. A criação de novas tecnologias também estaria por vezes ligada a mudanças nas condições econômicas e jurídicas que regem a produção e distribuição de determinado conteúdo, produto ou serviço a qual esta tecnologia estaria ligada. Segundo a autora, cada nova mudança em uma plataforma enviaria pequenas ondas capazes de impactar todo o ecossistema de atores e novas mídias.

Deste modo, Dijck (2013) propõe a combinação de ambas as perspectivas, complementadas com elementos adicionais que a permitiriam construir um modelo composto por vários níveis ou camadas explicativas para a complexidade das plataformas digitais. Para a autora, a teoria ator-rede percebe as plataformas digitais como *construções tecnoculturais* que se focaria em elementos como *tecnologia*, *usuários* e *formas de uso e conteúdos produzidos*; já a teoria da economia política entende as plataformas digitais como *estruturas socioeconômicas* que se focaria em elementos como *propriedade*, *governança* ou *gerenciamento* e *modelos de negócios*.

Já o todo composto pelo ecossistema de relações sociais, política, econômica e tecnológica seriam formados por estes seis elementos em conjunto.

Nesse ecossistema descrito por Dijck (2013), as plataformas passam a ter o papel de mediadoras das relações sociais que, além de facilitar, também moldam as ações sociais. Os softwares têm se tornado cada vez mais capazes de traduzir ações sociais em linguagem computacional e também converter linguagem computacional em ações sociais. A tecnologia digital e termos como (meta)dados, algoritmos, protocolo, interface e padrões, possuem significados que transcendem o campo tecnológico e se misturam com os meios sociais e culturais, possuindo enormes implicações jurídicas e políticas como fornecimento e coleta de dados sem conhecimento de usuários, modulação de gostos, tendências e comportamentos de consumo, fornecimento de informações de usuários para aplicação da lei etc. Tecnologia e agência dos usuários estão intimamente ligadas.

A agência desses usuários envolveria tanto atividades conscientes quanto inconscientes. Os usuários são receptores, consumidores, produtores e participantes da cultura. A sociabilidade *on-line* é resultado de uma coprodução entre humanos e máquinas. Os usuários possuem uma participação ou uso implícito e explícito na sociabilidade *on-line* (DIJCK, 2013). A participação ou uso implícito é o hábito do indivíduo codificado pela tecnologia por meio dos (meta)dados e algoritmos. Já a participação ou uso explícito se refere a forma como estas pessoas reais de fato interagem com/no ambiente social. As formas de uso das plataformas podem se dar de formas diferentes das propostas pelas empresas, havendo uma espécie de negociação/confronto entre os proprietários das plataformas e os usuários pelo controle das condições de troca de informações, ou mesmo das formas de uso dos recursos disponibilizados.

Mídias sociais, sites de conteúdo etc. permitem a ampliação da criatividade e da produção amadora ou profissional de conteúdos culturais. Esses conteúdos podem ser textos, vídeos, fotos, música dentre outros, e são capazes de expressar gostos, opiniões, relatos pessoais, posicionamentos políticos etc. O compartilhamento desses conteúdos incentiva a conexão entre as pessoas, ao passo que amplia a exposição dos usuários em um cenário global, permitindo o fornecimento de informações valiosas sobre tendências sociais e preferências de consumo (DIJCK, 2013). No entanto, embora os usuários tenham certa liberdade na produção de seus conteúdos,

estes acabam sendo padronizados pelo formato imposto pela plataforma, o que também colabora para moldar a forma e tendência de produção e distribuição dos conteúdos.

Por outro lado, ao tratar de seus aspectos socioeconômicos Dijck argumenta que as plataformas de mídias sociais e tecnologias digitais em geral sofreram inúmeras transformações ao longo dos anos, principalmente a partir de sua extrema popularização. Nesse sentido, plataformas passam de um sistema comunitário que visa democratizar acesso digital aos usuários, em sua maioria sem fins lucrativos, para a busca por grandes lucros de mercado, onde os usuários seriam os grandes produtos comercializados por essas plataformas (DIJCK, 2013). Compras de outras mídias e plataformas ou associações com outras grandes plataformas se dão para ampliação das margens de lucros e perpetuação no mercado. Haveria uma disputa pela predominância de poder neste nicho de mercado que compõe parte do ecossistema tecnológico com o objetivo de propagar seu controle nas estruturas sociais e nas representações sociais. Tecnologia, algoritmos e patentes se tornaram propriedades corporativas valiosas e que guardam muitos segredos, mas que possuem um grande poder de determinar cada vez mais o que gostamos, queremos, sabemos ou encontramos.

Com o aperfeiçoamento das plataformas digitais gradualmente foram-se implementando formas profissionais e automatizadas de gerenciamento de conteúdo, atividade dos usuários, privacidade e compartilhamento. Esse gerenciamento constitui regras geralmente descritas em termos de licença ou condições de uso, que nada mais são do que contratos entre os usuários e a empresa que estipulam restrições e obrigações das partes. Termos de serviço por sua vez costumam estipular formas de uso da plataforma e comportamentos (não) apropriados. Essas se vinculam ao que é estipulado nas leis de cada país, fazendo parte da realidade e normas sociais, e podem servir como documentos para o embasamento de decisões judiciais (DIJCK, 2013).

As formas de gerenciamento dessas normas nem sempre são claras aos usuários, que por sua vez, em grande medida, também não as leem. Dijck (2013) destaca, no entanto, o fato de que os termos de política de privacidade do *Facebook* são maiores que a própria Constituição dos Estados Unidos, o que inviabiliza e desmotiva a grande maioria dos usuários comuns de lerem tais regras antes de clicar

em aceitar tais termos. Muitas dessas políticas aceitas pelos usuários dão direito do proprietário da plataforma de usar ou vender os (meta)dados, que em suma não são disponibilizados para o próprio usuário. Estas regras são mutáveis e na maioria das vezes modificadas pela própria empresa sem muita clareza. No entanto, a autora também aponta para a possibilidade dos usuários em conseguirem se mobilizar para modificarem alguma cláusula que os tornem descontentes. Muitas outras, no entanto, são burladas e subvertidas, em parte também por desconhecimento das regras aceitas, como visto no decorrer da coleta de dados para esta pesquisa, onde usuários(as) utilizam seus perfis para fins que em muitos casos são textualmente proibidos pela plataforma.

Um último elemento analisado por Dijck (2013) aponta que empresas de plataformas digitais agem como mediadores na produção da cultura e do cotidiano, modificando e ditando tendências de produtos, serviços e conteúdo, forçando mercados a se adaptarem ou a criarem novas formas de monetização em cima da produção criativa de conteúdo e da sociabilidade *on-line*. Acesso a músicas, filmes, livros, programas e publicidade, entre outros, viram-se confrontados com uma nova forma de acesso a esse tipo de conteúdo e tiveram que voltar seus modelos de negócios para o ambiente digital. Hoje uma música de sucesso não é tanto a que vende mais CD, mas a que possui mais visualização ou acesso no *YouTube* ou *Spotify*⁵, por exemplo. A publicidade de massa se transformou em publicidade personalizada e direcionada a públicos-alvo, amparadas pela negociação de (meta)dados de usuários, indicações de serviços e produtos para amigos, influenciadores digitais financiados por marcas etc.

Para Dijck (2013) o poder explicativo das plataformas digitais reside nas conexões e interdependências que estes vários elementos são capazes de produzir entre si. Estas mesmas plataformas não estão só no mercado digital, mas disputam espaços e públicos de usuários. Portanto, todos os elementos apontados estariam conectados e seriam pensados ou modificados em relação às disputas entre eles e usuários e outras plataformas concorrentes. É possível perceber uma simbiose entre o mercado capitalista e as novas formas e expressões de relações interpessoais, do

⁵ Spotify é uma plataforma digital criada em 2008 e permite ao usuário o consumo de música, podcast e vídeo *on-line*, sem a necessidade de baixar ou comprar as músicas ou CDs de algum artista.

amor romântico e da liberdade sexual, onde “o que se procura, existe para vender e encontra-se pelo Google” (FIGUEIREDO, 2016, p.29).

Com o desenvolvimento diário da *Internet* e suas plataformas e o uso cada vez mais constante destes em nosso cotidiano, um sem número de atividades diárias foram migradas e pautadas através das redes. Segundo Dijck (2013, 2017, 2020), esse deslocamento de atividades corriqueiras para um ambiente digital também permitiu que empresas se adaptassem e se transformassem, prestando serviços cada vez mais personalizados para os mais distintos públicos. Seguindo esse raciocínio, a autora nos aponta que muitos dos hábitos que constituem as práticas corriqueiras nas plataformas de mídias sociais compõem práticas que já costumavam ser realizadas de modo informal e efêmero na vida social, como conversar com amigos, mostrar fotos, registrar notas, consultar conteúdos, assistir a um vídeo. A mudança fundamental nesse cenário é que com as redes sociais digitais essas práticas são lançadas em espaços públicos de larga disseminação no tempo e espaço, a *Internet*.

Tendo em vista a grande penetração de infraestruturas de plataformas digitais nos mais diversos setores econômicos, governamentais e esferas da vida, Dijck *et. al.* (2020) denominam este processo de *plataformização*. Este processo definiria a capacidade das plataformas digitais de gerar profundas reorganizações de práticas e imaginações culturais em torno da infraestrutura digital, ao passo em que essas práticas moldam simultaneamente as dimensões institucionais das plataformas.

Essa migração de atividades corriqueiras para os ambientes digitais, a reorganização da vida em torno de plataformas e uma tolerância cada vez maior quanto a ideia de fornecimento (in)voluntário de (meta)dados pessoais a empresas de plataformas digitais se deu de maneira gradual. Essa adaptação a plataforma de atividades cotidianas teria permitido, por sua vez, uma certa normalização, como uma espécie de novo paradigma social, da noção de *dataficação* (DIJCK, 2017; DIJCK *et. al.*, 2020) da vida e de nossos comportamentos, ou seja, “a transformação da ação social em dados *on-line* quantificados, permitindo assim monitoramento em tempo real e análise preditiva” (DIJCK, 2017, p.40).

Após a popularização das plataformas de mídias sociais, empresas de comunicação e tecnologia se mostraram mais interessadas em obter os (meta)dados fornecidos pelo acesso dos usuários às suas plataformas e sites do que criar ou manter uma espécie de comunidade *on-line* de usuários. Nesse sentido, a

conectividade se tornou um produto valioso cujos dados gerados são coletados e codificados em algoritmos que colaboram para moldar uma forma particular de sociabilidade *on-line*. Ou seja, “os metadados parecem ter se tornado a moeda corrente para os cidadãos pagarem por seus serviços de comunicação e segurança” (DIJCK, p. 2017, p. 40). Dados digitais se tornaram um ativo extremamente lucrativo e têm alimentado um mercado global de mídia social por meio do fornecimento, em sua maioria não intencional, de informações sobre comportamentos e preferências dos usuários (DIJCK, 2013, 2017).

Duportail (2017, 2019) relata a dificuldade em conseguir com que a empresa *Tinder* lhe enviasse os dados coletados de seu próprio perfil no aplicativo. Quando finalmente consegue receber os dados coletados a jornalista se surpreende com as 800 páginas de informações. Segundo seu relato, os dados coletados pela empresa diziam respeito a sua idade, sexo, orientação sexual, formação, locais mais visitados, fotos, gostos musicais, padrões de suas curtidas, preferências buscadas nos perfis, como faixa etária e outras informações dos homens que tinha interesse, mas também informações de suas contas no *Facebook* e *Instagram*, que iam desde sua lista de amigos, páginas curtidas, localizações de onde esteve com o aplicativo, onde e quando cada uma de suas conversas foram realizadas e a lista com suas mais de 1700 mensagens trocadas no *Tinder*.

Essas informações, por sua vez, seriam apenas os dados visíveis, muitas vezes fornecidos pelos próprios usuários nas plataformas de redes sociais que utilizam. Outras informações importantes produzidas a partir dos usos nesses aplicativos são os metadados. Essas informações são métricas estatísticas produzidas pelos algoritmos do aplicativo que tentam prever e/ou transformar em informação o comportamento humano. Informações tais como quantas vezes nos conectamos e em que momentos ou lugares, porcentagens de homens ou mulheres, branco(a)s, negro(a)s, asiático(a)s etc. que curtimos, que nos curtem ou que combinamos, palavras mais usadas, tempo que os outros gastam analisando seu perfil antes de decidir curtir ou não, etc. são alguns desses exemplos (DUPORTAIL, 2017, 2019).

Essas informações seriam voltadas a um propósito: “personalizar a experiência de cada usuário”. Essa noção por sua vez é largamente vaga e pouco esclarecedora, principalmente se nos perguntarmos sobre o que seria essa personalização. Nossos dados no *Tinder*, por exemplo, afetam desde quem será exibido primeiro para os

outros, favorecendo a oferta de outros(as) usuários(as) que mais combinariam conosco, até nos oferecer propagandas publicitárias específicas, ofertas de emprego etc.

Como mostraremos no desenvolver deste trabalho, seria possível adicionar diretamente o âmbito do debate político e o próprio fazer política enquanto mais uma esfera que tem sido abrangido pela apropriação das tecnologias digitais, seja para a produção e disseminação de (des)informação, seja para angariar engajamento para campanhas e promoção ou comunicação direta com seu eleitorado. Ou seja, um dos usos que tem se tornado extremamente comum para as plataformas digitais e que, por sua vez, são também afetados por elas, diz respeito a propagação de discursos e campanhas políticas, ampliando a disseminação de (des)informações (ALVES; MACIEL, 2020; RUEDIGER; GRASSI, 2018; WAINBERG, 2018; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) e o contato do público em geral com essa temática.

Nesse sentido, é possível a predição de comportamentos e posicionamentos políticos específicos de cada usuário das redes através de coleta de (meta)dados pessoais e o direcionamento de conteúdo específico sobre ideologias que mais se aproximem das convicções pessoais de cada sujeito. Por meio do apoio a essa gigantesca infraestrutura digital, o debate político no Brasil tem se tornado cada vez mais presente no nosso dia a dia, visto a facilidade de consultar ou receber essas (des)informações. Por sua vez, entendemos que o fechamento cada vez maior em bolhas informacionais e ideológicas (CESARINO, 2019; KAKUTANI, 2018; LLORENTE, 2017) em torno de narrativas de mitos políticos, teorias conspiratórias e desinformação⁶ tem sido um fator de grande relevância no acirramento do debate público que culmina em um cenário polarizado.

Visto a construção de um perfil dentro do aplicativo *Tinder* e a produção de (meta)dados baseados nas informações que disponibilizamos no aplicativo e na forma como o utilizamos, nos deteremos, a seguir, em realizar uma breve descrição do *Tinder* e suas funcionalidades, configurações e opções para a elaboração de um perfil em aproximação com a teoria de atuação dramaturgical de Goffman (2002, 2010, 2011, 2012), realizando uma extrapolação da interação face a face para uma atuação mediada por essas plataformas de redes sociais, onde a construção de uma imagem

⁶ Conforme discussão apresentada por Wardle e Derakhshan (2017) e Ruediger e Grassi (2018) será preferível a utilização da expressão “Desinformação” em detrimento de “Fake News” a menos que esteja se referindo a menção de terceiros.

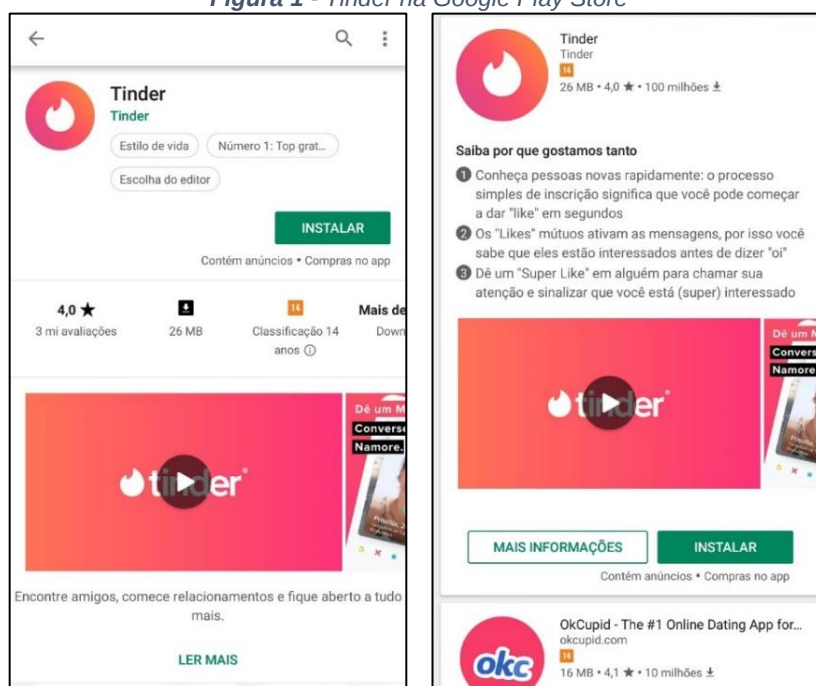
idealizada de si é percebida como desejo de apresentação de uma fachada pessoal que busca despertar o interesse do outro, podendo ser percebido como um jogo de disputas de afetos.

Em seguida, apresentaremos brevemente alguns dos conceitos elaborados por Giddens (1993, 2002) ao tratar das transformações da intimidade, demonstrando que por meio destas plataformas há uma certa liberdade para expressar seus desejos, seja pela procura de um relacionamento ideal em que se busca elementos de compatibilidade entre os parceiros para a efetivação de sua experiência afetiva, ou a liberdade de satisfação sexual por meio de relações sexuais episódicas, onde o *Tinder* é tomado enquanto mediador e facilitador nesses processos.

1.2. O *Tinder*: Descrição, funcionalidades e a representação do eu

Embora o *Tinder* possa ser acessado tanto por aplicativo para celular quanto no site para computador, nos deteremos a descrevê-lo com base no aplicativo, local utilizado para realização da pesquisa. O site possui poucas diferenças no que diz respeito à posição em tela das opções e funções, mas não há nenhuma diferença significativa que prejudique o entendimento de terceiros ao nos determos apenas no aplicativo.

Figura 1 - *Tinder* na Google Play Store



Fonte: Google Play Store (2020)

O aplicativo *Tinder* foi instalado via serviço da *Google Play Store*⁷ no início do mês de abril de 2019. Nesse processo de instalação do aplicativo foram realizadas capturas de tela do celular na página na *Play Store* para registro e análise. Depois de instalado, ao abri-lo, nos deparamos com uma tela de *login*⁸ para que possamos acessar e utilizar o *Tinder*. As possibilidades de ingresso são via conta do *Google*, *Facebook* ou utilizando número de telefone. Nas duas primeiras opções serão resgatados (meta)dados básicos de sua conta nessas outras plataformas como primeiro nome, idade, e as últimas fotos carregadas no seu perfil, que agora serão apresentadas em sua conta *Tinder*, exemplificando as discussões sobre integração e distribuição de (meta)dados entre aplicativos e empresas em geral elaboradas por Dijck (2013, 2017, 2020) e Duportail (2017, 2019). Na terceira opção, ao confirmar o seu número de telefone, você receberá um *sms*⁹ com um código de alguns caracteres para confirmação de identidade, e será instruído a digitar esse código no aplicativo e confirmar. Após esse pequeno procedimento, você terá a possibilidade de informar seu nome e idade, que não serão passíveis de alteração após confirmação.

Figura 2 - Tela de Login do *Tinder*



Fonte: Aplicativo *Tinder* (2020)

⁷ Loja digital oficial de aplicativos para aparelhos com sistema operacional *Android* que fornece serviço de distribuição digital de aplicativos, jogos, filmes, músicas e livros, desenvolvido e operado pela *Google*. A *Play Store* pode ser acessada pelo aplicativo próprio, com instalação de fábrica nos aparelhos *Android* ou por meio do link: <https://play.google.com/store>. Acessado em 21/01/2021.

⁸ Processo para acessar um sistema informático restrito feita através da autenticação ou identificação do utilizador, usando credenciais previamente cadastradas no sistema por esse utilizador.

⁹ Short Message Service (SMS) traduzível como Serviço de mensagens curtas. Um serviço disponível em celulares digitais que permite o envio de mensagens curtas entre estes equipamentos e outros dispositivos de mão, conhecidas popularmente como mensagens de texto.

Em nosso caso, realizamos *login* com minha conta de *Facebook*. Depois de *logado*, regulamos as configurações do aplicativo, parâmetros de busca de outros perfis e a edição do perfil de usuário, selecionando e carregando fotos que mais me agradavam para que fossem exibidas para os(as) outros(as) usuários(as), além da elaboração de uma pequena descrição de perfil, disposta logo abaixo das fotos.

Se extrapolarmos a obra de Goffman para interações digitais, teremos algumas das características da perspectiva dramática abordada pelo autor nas interações sociais face a face para esse novo contexto *on-line*. Nesse sentido, podemos pensar o modelo dramático proposto por Erving Goffman como uma teoria clássica adequada para investigar a construção e manifestação da interação em contextos tecnologicamente mediados.

Muito embora este modelo tenha sido desenhado para analisar situações de interação presencial, de coexistência física, uma boa parte das suas considerações têm sido recuperadas, enquanto inspiração teórica e, ao mesmo tempo, como instrumento de análise, para o estudo das interações digitais. Tal como nas interações face a face ou mediadas por outras formas de comunicação, as pessoas procuram controlar a apresentação de si nesta dimensão online do cotidiano (FERREIRA, 2014, p. 79).

A avaliação do outro em plataformas de relacionamentos como o Tinder dá grande primazia ao visual, ou seja, o primeiro passo para a tomada de decisão dentro desse tipo de aplicativo é a observação da imagem emitida e transmitida pelo outro. Assim, observamos elementos como aparência física, cor, roupas, posturas, cabelo, tatuagens, bem como outros elementos simbólicos tais como ambiente em que a foto foi tirada, bens materiais e outros, capazes de prenunciar um possível status social e econômico. Podemos pensar a forma como construímos nossos perfis nas redes como a elaboração de uma *fachada*. Goffman descreve esta categoria como

[...] parte do desempenho do indivíduo que funciona regularmente de forma geral e fixa com o fim de definir a situação para os que observam a representação. Fachada, portanto, é o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante a sua representação (GOFFMAN, 2002, p.29).

Traduzindo de maneira mais clara, a fachada seria aquilo que apresentamos para os outros e a maneira como apresentamos certos elementos sobre nossa

imagem, ou seja, como nós nos formulamos e nos pintamos para o outro que fará parte da interação. Nas redes sociais digitais haveria a possibilidade de um maior controle e rapidez na construção da fachada visto que seria muito mais fácil editar as apresentações de nós mesmos. Ou seja, uma maior facilidade de manipulação de nossa fachada, seja por meio das edições e publicações de fotos que melhor transmitem e emitem aquilo que desejamos passar para os outros, seja com o preenchimento de formulários que especifiquem nossos gostos e práticas cotidianas e descrições de perfil etc.

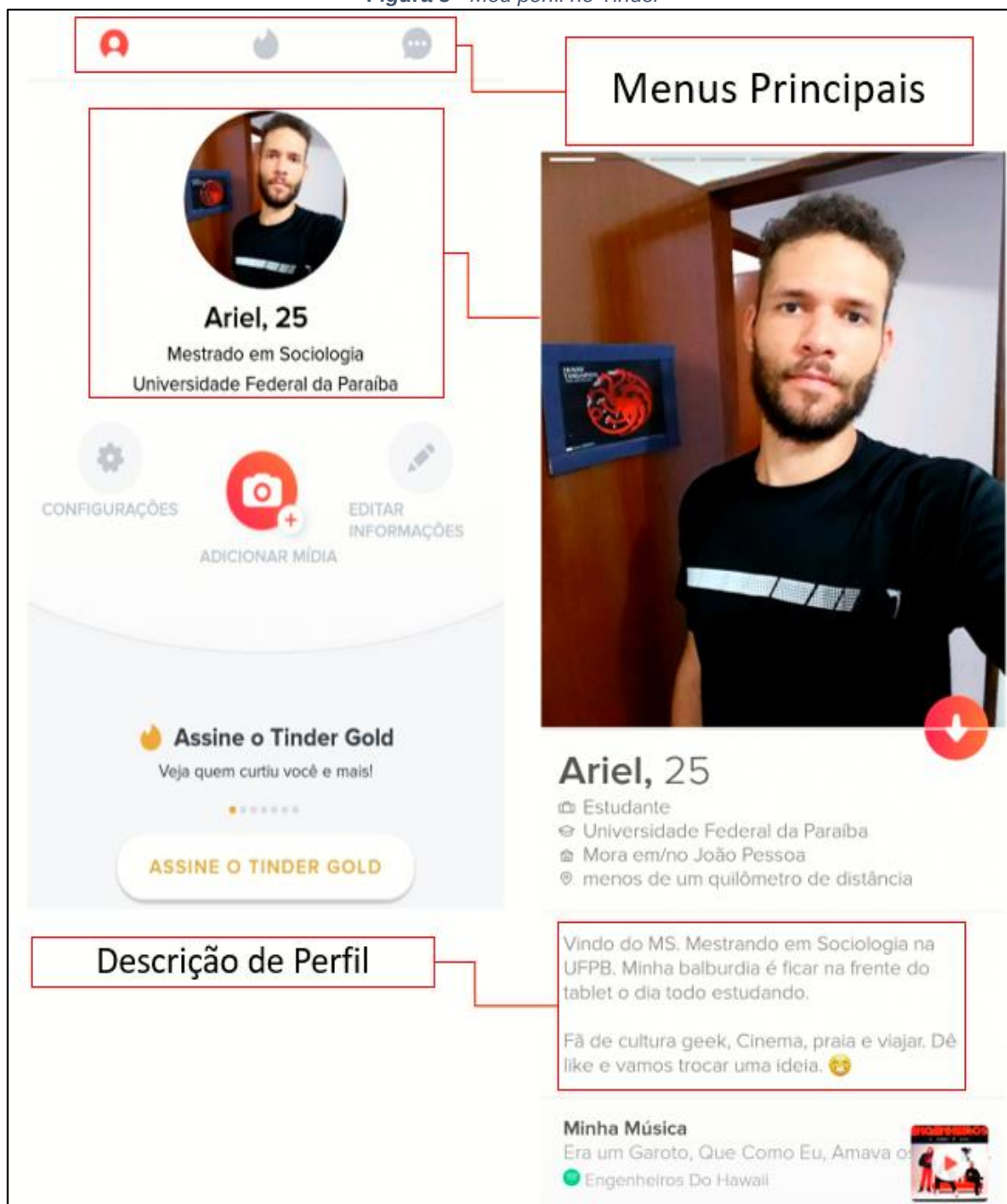
Essa facilidade no gerenciamento de impressões nos sites e aplicativos permitiria aos usuários não só destacar informações que julguem mais desejáveis no jogo de conquista do outro, seja essa auto apresentação autêntica ou enganosa (RANZINI; LUTZ, 2016), como também a manipulação de sua imagem nas fotos. Compartilhando das expectativas de “padrões desejáveis” de beleza, seria possível a manipulação de sua imagem ao utilizar filtros fotográficos com a intenção de melhorar a aparência para o padrão imaginado como desejável. Haveria também, uma maior facilidade de elaboração de múltiplas fachadas simultâneas em diferentes espaços interacionais, ou seja, várias plataformas de redes sociais digitais diferentes.

Nosso perfil em si e nosso *feed* – local em que é visualizado aquilo que publicamos e compartilhamos – pode ser pensado, portanto, como o *cenário* do qual nos utilizamos como equipamento para a construção, manutenção e expressividade de nossa fachada, sendo o local onde se desenrola a ação humana, seja por meio do bate-papo ou publicações e compartilhamentos de conteúdo.

Quando se trata de aplicativos ou ambientes virtuais, o cenário é representado a partir dos recursos ali acessíveis: as fotos, a forma como o indivíduo está exposto, a escolha de descrição de si (“bio”), os lugares onde foram tiradas essas fotografias etc. Todos estes elementos compõem a fachada disponível à interação. No caso do *Tinder*, esta primeira avaliação acontece de maneira ainda mais rápida; avalia-se em alguns segundos e parte-se para a tomada de decisão: deslizar para a esquerda ou para a direita (XAVIER, 2016, p. 04).

Dentro do aplicativo há três botões que compõem um menu principal que te encaminham para as possibilidades de ação no *Tinder*. Estes três botões principais ficam dispostos em uma barra horizontal na parte superior da tela dentro do aplicativo, e têm sua ordem de exposição modificada conforme atualizações.

Figura 3 - Meu perfil no Tinder



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2019)

O primeiro botão deste menu, representado por uma pequena silhueta dentro de um círculo, nos direciona para algumas opções específicas de edição do perfil e configurações do aplicativo e de parâmetros de busca de outros(as) usuários(as). Dentro deste primeiro botão temos a imagem que o usuário escolheu colocar como primeira foto e que será exibida, seguida de algumas informações básicas que podem ser preenchidas na edição de perfil. Ao clicar na foto de perfil nesta tela, o usuário é

direcionado para uma outra tela que expõe seu perfil tal como ele será exibido para os(as) outros(as) usuários(as), sendo possível termos uma visão geral do nosso perfil, com todas as fotos carregadas, vista uma a uma arrastando o dedo entre as imagens para esquerda ou direita para visualizar a foto seguinte ou anterior, bem como informações adicionais e também a descrição de perfil.

Utilizamos este cenário, nosso perfil, para a transmissão de nossa *fachada pessoal*, isto é, local onde itens do equipamento expressivo servem para identificar o ator de modo mais íntimo, e que naturalmente esperamos que se confirmem ao longo de conversas ou em encontros presenciais (aparência, vestuário, sexo, idade, características raciais, altura, atitude, padrões de linguagem, expressões faciais, gestos corporais, maneiras, comportamentos etc.). É possível ter uma percepção, por mais que estática, desses elementos ao visualizarmos as descrições de perfil, exposições de si nas fotos, como os ambientes em que são tiradas, as expressões faciais e corporais durante as poses, descrição, frases de impacto, profissão, localização geográfica, distância em relação ao interagente, cidade de origem, estado civil e, principalmente, amigos e interesses em comum etc., nos permitindo identificar também a aparência e a maneira, nos termos de Goffman, que são exibidos por esses atores.

No processo das interações sociais os indivíduos apresentariam dois tipos de expressões que informam ao outro sobre si. Manipulando de forma coerente a sua fachada o indivíduo constrói a sua expressividade sob a existência dessas duas ações significantes: as *expressões transmitidas* e as *expressões emitidas*.

Expressões Transmitidas, segundo Goffman “[...] abrange os símbolos verbais, ou seus substitutos, que ele usa propositadamente e tão só para veicular a informação que ele e os outros sabem estar ligada a esses símbolos. Esta é a comunicação no sentido tradicional e estrito” (GOFFMAN, 2002, p.12). Aqui podemos fazer uma associação mais direta com a construção do perfil de cada indivíduo em suas respectivas plataformas de redes sociais digitais. Nossos perfis são aquilo que queremos mostrar para os outros sobre nós mesmos, bem como aquilo que optamos por publicar, postar ou compartilhar em nossas redes, demonstrando nossas perspectivas sobre o mundo à nossa volta, bem como com a intenção de transmitir para os espectadores parte de nossa personalidade. O perfil de sites ou aplicativos de relacionamento, como o *Tinder*, é uma forma de gerenciamento de impressão *on-*

line com o intuito de projetar para o outro uma identidade de forma que desperte seu interesse e os façam curtir o perfil (RANZINI; LUTZ, 2016).

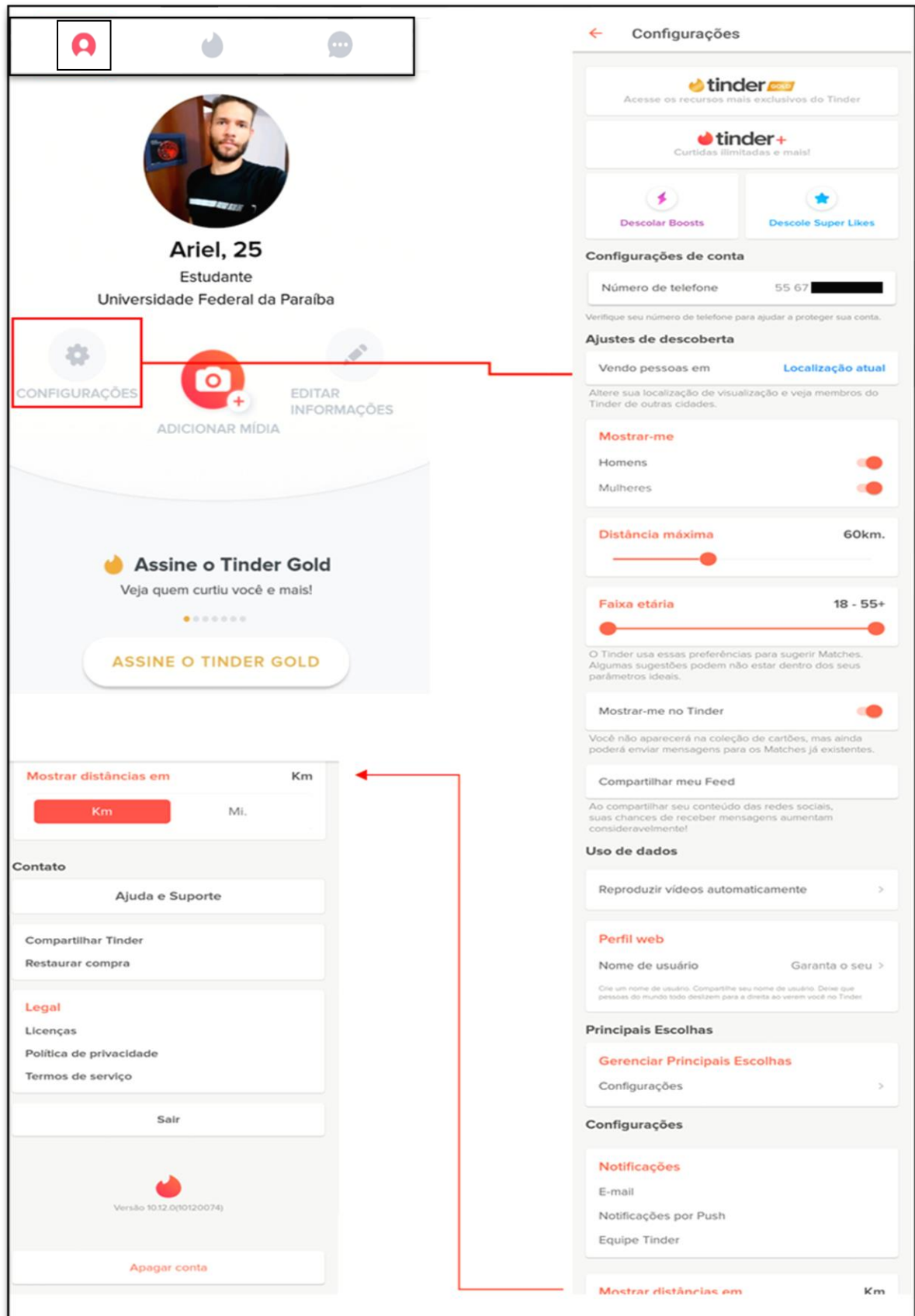
Expressões Emitidas, para o autor, “[...] Inclui uma ampla gama de ações, que os outros podem considerar sintomáticas do ator, deduzindo-se que a ação foi levada a efeito por razões diferentes da informação assim transmitida” (GOFFMAN, 2002, p.12). De outro modo, seriam ações ou expressões muitas vezes incontroláveis e/ou realizadas de forma inconsciente pelo ator, aquilo que não dizemos sobre nós ou nosso comportamento, mas é percebido pelo outro, “ou seja, as informações percebidas pelos interlocutores, mas não ditas de forma clara e direta nos enunciados” (FERREIRA, 2017, p. 08). Pode-se pensar no ato de interação com outros usuários nos chats de bate-papo destas plataformas através da maneira que nos comunicamos, utilização de expressões, gírias, imagens etc., ou seja, aquilo que é percebido pelos interagentes, mas que não estava exposto propositadamente pelo ator.

De volta a tela inicial do primeiro botão do menu principal, logo abaixo da imagem de perfil do usuário, temos as funções de “configurações”, “adicionar mídia” e “editor de informações”. Na primeira função, “configurações”, temos as seguintes opções: compra do pacote *premium* do *Tinder* nas versões *Gold* e *Plus*, bem como outras funcionalidades pagas como “*boosts*” e “*Super Likes*” extras, que serão explicadas mais adiante; opção de informar o número de telefone para maior proteção de acesso a conta; “ajustes de descoberta”, com a opção de mostrar sua localização aproximada para os outros usuários, e também com a opção de “adicionar um novo local”, para as versões pagas, que simula sua localização em qualquer local do globo, te permitindo ver e ser visto por pessoas da localidade escolhida; função “Internacional” que te permite visualizar outros perfis de pessoas perto de você e pelo mundo, aparentemente de forma aleatória; função “mostre-me”, que até o momento das coletas dos dados te permitia escolher qual o sexo das pessoas que seriam exibidas, ainda dentro das opções binárias de sexo, homem e mulher, sendo possível ativar uma ou as duas opções de exibição. Somente em meados de 2020 o aplicativo recebeu atualização para abranger outros gêneros e sexualidades; “Distância máxima”, onde o usuário irá regular qual o raio de busca de outros usuários, com o mínimo de 2km (dois quilômetros) ou 1mi (uma milha) e o máximo de 161km (cento e sessenta e um quilômetros) ou 100mi (cem milhas); “faixa etária”, onde é possível

regular a idade dos usuários que pretende buscar, que vai de 18 à 55+ anos de idade; “mostre-me no *Tinder*” que te faz ser ou não ser exibido “na coleção de cartões” de outros(as) usuários(as) para ser curtido(a); “Compartilhar meu feed”, que busca informações adicionais de suas redes sociais para serem exibidas em seu perfil do *Tinder*; “Uso de dados”, onde podemos escolher se queremos que vídeos sejam reproduzidos caso estejamos conectados apenas em uma rede Wi-Fi ou também com dados móveis.

Também há como criar um “Perfil web”, que gera um link de acesso para o navegar de *Internet* para que possa ser compartilhado com outros(as) usuários(as), que serão redirecionados(as) diretamente para o seu perfil, podendo curti-lo(a) sem que seja preciso esperar sua exibição nos cartões de usuários(as); “Principais escolhas” diz ser uma função que escolhe possíveis combinações ideais para os(as) usuários(as) com base nos elementos de seu perfil sem que haja a necessidade de ficar deslizando em busca do seu par; “confirmações de leitura”; “*Swipe Surge*”, que significa “onda de arrastadas” em tradução livre, promete que notificará a pessoa quando a atividade dos(as) usuários(as) do aplicativo em uma região estiver até 15 vezes maior; “Notificações”, onde o(a) usuário(a) regula como será notificado(a) caso tenha novos matches, novas mensagens etc.; “Mostrar distância em”, altera a forma de exibição da distância dos(as) demais usuários(as) entre quilômetros e milhas. Por fim, há algumas opções de contato com a empresa, avaliação do serviço, compartilhamento, e acesso a documentos legais como licenças, política de privacidade e termos de serviço, seguido das funções “Sair” para realizar *logout* – sair, desconectar – de sua conta e, “Apagar conta”, onde toda a sua conta e combinações com usuários(as) serão deletadas permanentemente, sendo necessário realizar novo cadastro caso se queira retomar o uso.

Figura 4 - Menu de configurações do Tinder



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2019)

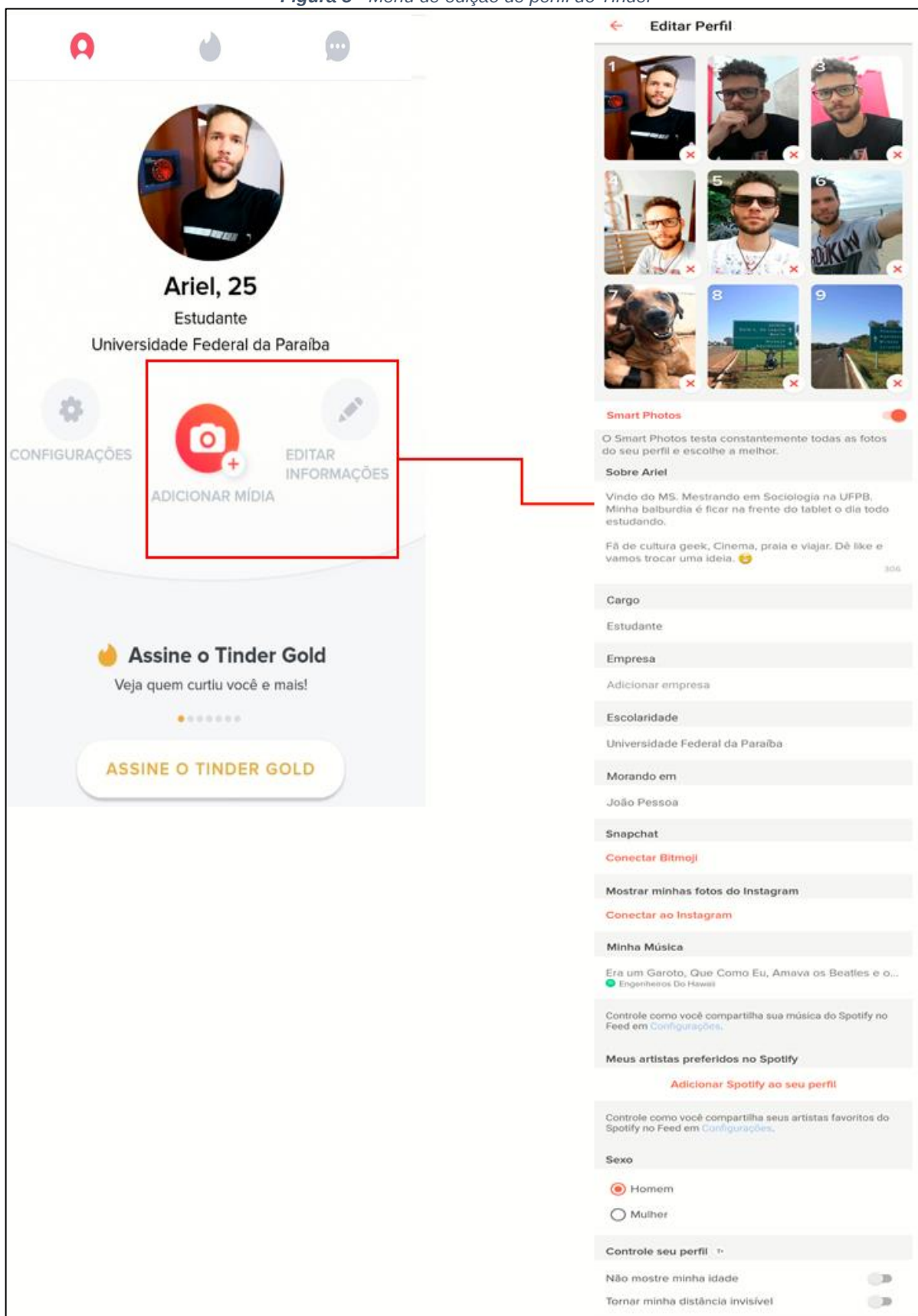
Retornando para a tela inicial do primeiro botão do menu principal, temos as funções “Adicionar Mídia” e “Editar Informações”, onde ambas levam exatamente para a mesma página de edição do perfil de usuário(a), te permitindo editar fotos e informações.

Em relação as imagens, é possível carregar até nove fotos que comporão seu perfil, podendo-se optar por deixar este campo totalmente vazio, ou seja, sem nenhuma foto. O mesmo vale para a descrição de perfil, onde podemos deixá-lo em branco ou redigir um pequeno texto de até 499 caracteres sobre si. Também há campos com outras informações específicas sobre o(a) usuário(a) que podem ser preenchidas, como cargo/profissão, empresa, escolaridade, localidade, e seu sexo, homem ou mulher, sendo esta opção atualizada em meados de 2020 onde agora é possível escolher um leque de possibilidades tanto de gênero quanto orientação sexual, e também, duas últimas opções, para as versões pagas, com a função de ocultar a idade e/ou a distância do usuário.

Aqui os atores podem manipular livremente sua fachada para expressarem suas intenções dentro do aplicativo. Os usuários podem se revelar ou se ocultar por meio de fotos pessoais ou imagens distintas, podendo revelar suas intenções se utilizando destas imagens selecionadas, suas descrições de perfil ou mesmo o nome escolhido. Dentre os usuários observados aqui, aqueles que buscam sexo casual ou pago, por exemplo, tendem a manter uma imagem de si envolta de segredo e mistério, preferindo o uso de imagens não pessoais e que chamam atenção para a sua descrição de perfil, onde é revelado em detalhes suas intenções sexuais.

Para a execução da dramatização do ator social em sua função, é necessário um trabalho preparatório fora do cenário, por trás das cortinas, que demanda tempo (preparação, estudos, prática, treinamento etc.). Podemos associar ao ato de se arrumar, maquiar e se vestir para tirar as fotos, escolha de poses, o ato de tirar a foto em si, escolha de quais fotos publicar, aplicação de filtros e efeitos nas fotos escolhidas etc. O mesmo é válido no momento de escolher quais conteúdos publicar ou não, que textos escrever, como elaborar esse texto e sua linha de raciocínio para transmitir a mensagem desejada. Ou seja, preparações executadas fora do cenário (perfil, *feed*, etc.) e que são pensadas, preparadas, analisadas em certo grau para a execução das representações dramatúrgicas do indivíduo naquela interação.

Figura 5 - Menu de edição de perfil do Tinder



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2019)

Não é segredo nenhum, ao menos para quem possui alguma rede social digital, que os indivíduos escondem algumas informações pessoais durante a representação: prazeres e consumos secretos, condições econômicas que não estejam de acordo com a fachada social e econômica desejada, tarefas pouco legitimadas, e várias outras informações que buscamos ocultar ou apresentar de uma forma que traga mais reconhecimento para a imagem que se quer expor. Ou seja, não exibimos todo o conjunto de elementos que nos compõem, no entanto, procuramos incorporar e exemplificar os valores, de modo geral, oficialmente reconhecidos de uma sociedade. Assim, os usuários tentam imprimir uma perspectiva positiva em seus personagens, fazendo com que toda representação, em certa medida, apresente uma concepção idealizada de si.

Diante desse ato de privilegiar certos pontos tidos como fortes, os falseamentos ou oclusões podem ocorrer na representação do eu, de modo que o indivíduo aparece com qualidades excepcionais, acima de outros atores. Isso pode ser produzido com base na fachada pessoal que o ator apresenta (títulos, cargo, méritos, informações do perfil, locais que visitou, bens materiais com um alto grau simbólico de status social e financeiro exibidos em fotos e etc.). As representações são socializadas, moldadas e modificadas para se ajustar à compreensão e às expectativas da sociedade em que é apresentada. De igual modo, em cada rede social digital se constrói uma narrativa, uma performatividade à qual o ator costuma aderir e reproduzir de acordo com o que imagina ser o que se espera dele naquele ambiente específico, moldando sua fachada social e pessoal para se adequar ao que acredita ser o que deve ser exibido ali. As distorções podem ser produzidas através das expressões “não verdadeiras” sobre a identidade do ator. No caso da fotografia, por exemplo, ao ser substituída por outra imagem resulta em uma percepção de que o usuário deseja ocultar elementos importantes de sua identidade.

Ou seja, normalmente há uma obrigação de transmitir uma certa informação quando na presença de outros, e uma obrigação de não transmitir outras impressões, assim como há uma expectativa de que os outros se apresentarão de certas formas. Tende a existir um acordo não apenas sobre o significado dos comportamentos que são vistos, mas também sobre os comportamentos que deveriam ser mostrados (GOFFMAN, 2010, p. 45).

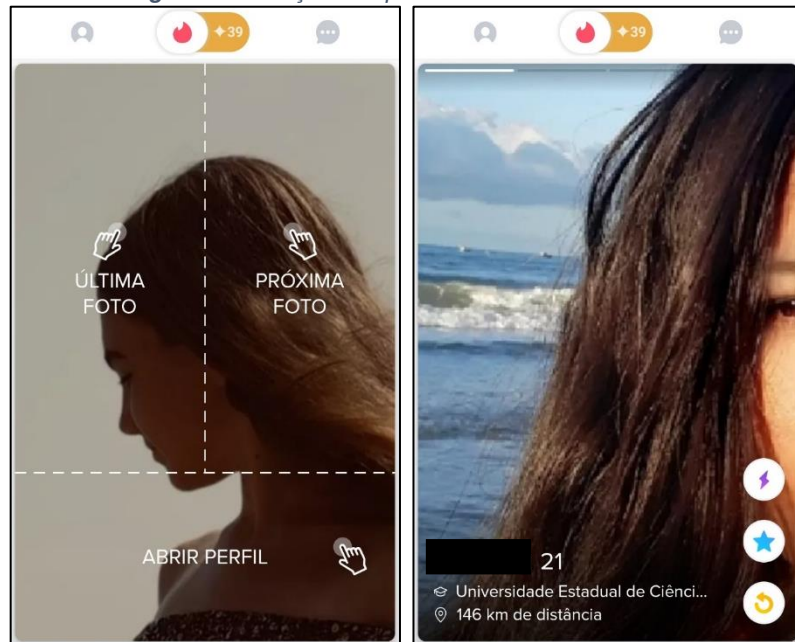
Seria possível argumentar que as particularidades dos meios digitais potencializam a capacidade do usuário de construir e representar um personagem, de apresentar sua identidade de maneira controlada e seletiva, a fim de oferecer uma versão idealizada de si mesmo. O fato de não ocorrer face a face, sem interpelações (em muitos casos) simultâneas (síncronas), traz uma singularidade para a comunicação mediada por tecnologias digitais, proporcionando ao ator novas possibilidades de fazer a “escolha do personagem adequado à determinada situação, a partir de sua observação a respeito do momento da troca de informações, das ações verbais e não verbais” (XAVIER, 2016, p. 03) de cada ambiente *on-line* em que atua.

As possibilidades de construção de uma imagem de si por meio de perfis nessas redes sociais são pautadas, portanto, por inúmeras possibilidades possíveis dentro do jogo interacional proposto pela rede e, por vezes, subvertido por disputas com os usuários que atribuem a ela novas formas de uso e interação. A elaboração dos perfis nos permite a utilização criativa de diversos elementos estéticos e textuais, como a escolha de fotos, textos, frases, cores, que são carregados com uma grande carga simbólica capaz de informar ao outro códigos sociais, morais, afetivos etc. dos quais dispomos e que pode ou não despertar interesse do outro.

Seguindo com as funções no aplicativo: o segundo botão do menu principal é representado pela logomarca do *Tinder*, um símbolo de chama. Este botão nos direciona para os cartões de perfis dos(as) outros(as) usuários(as), que apareceram segundo os critérios definidos nas opções dentro do botão anterior. Os perfis aparecerão como se fossem cartões em um baralho de cartas, ou seja, um cartão de perfil de usuário seguido do outro.

Ao se deparar com o perfil em tela será possível visualizar basicamente a primeira foto escolhida pelo usuário para exibição, bem como o nome e idade logo abaixo da imagem. Com isso, temos a opção de visualizar mais detalhadamente o perfil exibido, seja clicando no canto esquerdo ou direito do cartão para passar e voltar as fotos, ou clicando no canto inferior do cartão para abrir o perfil, onde poderemos ler a descrição sobre aquele(a) usuário(a) e as demais informações caso tenham sido preenchidas. Nesse caso, temos acesso ao cenário performativo do outro, podendo analisar sua fachada, decidindo, com base nas informações apresentadas pelo outro nesse jogo relacional, se há ou não o interesse em estabelecer continuidade na relação.

Figura 6 - Exibição dos perfis de usuários do Tinder



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2019)

No caso das relações afetivas ou sexuais modernas, em especial as relações mediadas por alguma plataforma digital, temos que, a atração pelo outro se dá na medida em que formamos um quadro mental coberto de expectativas que pode vir ou não a se concretizar. A efetivação dessas expectativas, por sua vez, proporcionaria a manifestação do sentimento afetivo ou da atração sexual, ao contrário de um passado não muito distante onde se esperava que tais sentimentos se desenvolvessem posteriormente ao casamento. Ou seja, “o sentimento afetivo deixou de ser efeito, transformando-se em causa do relacionamento amoroso” (SIMMEL, 2004 *apud* LUCENA, 2009, p.84).

Nesses termos, Simmel analisa o fenômeno social a partir do pressuposto da interação, em que a sociedade só existe dentro de um quadro em que os indivíduos sempre reagem uns aos outros reciprocamente. Na interação, para Simmel, os indivíduos agem de acordo com um conteúdo, interesses e motivações, e uma forma, que está baseada na relação constituída na influência de uns sobre os outros. Ou seja, para Simmel, uma sociedade se move com base em diferentes motivações, interesses e fins, o que ele chama de “conteúdo”, e não somente com a parte individual de cada sujeito. Esta não seria unicamente capaz de constituir uma sociedade, visto que a reciprocidade na interação entre os indivíduos é responsável por essa construção, relação que o autor chamou de “forma”.

Simmel afirma, no entanto, que para a efetivação das relações sociais entre os indivíduos são necessárias algumas pré-condições, como ter algum conhecimento sobre o outro, saber que medida de cultura esperar do outro, e quais são os conteúdos materiais comuns entre si e o outro pretendo relacional. Nesse caso, aponta o autor:

Todas as relações das pessoas repousam sobre a pré-condição de que elas saibam alguma coisa uma sobre a outra. [...]. A costumeira apresentação recíproca, seja numa conversa, seja no caso do contato no mesmo plano social, apesar de à primeira vista ser uma forma vazia, é um excelente símbolo da apreensão recíproca que é pressuposto de toda relação social (SIMMEL, 2009, p.219).

Nas relações sociais mediadas pelo digital esses pré-requisitos também parecem presentes, principalmente no que diz respeito ao estabelecimento de novos vínculos com outros(as) usuários(as) que não conhecíamos até então. Antes de estabelecermos uma relação com o outro nesses ambientes digitais é comum que vasculhemos suas redes sociais em busca de elementos que nos permitam conhecê-lo(a) minimamente. Informações como gostos musicais, rede de outros contatos e amigos(as), publicações em suas páginas de redes sociais e etc. Buscamos identificar aquilo que Simmel apresenta como esses conteúdos materiais comuns com o outro.

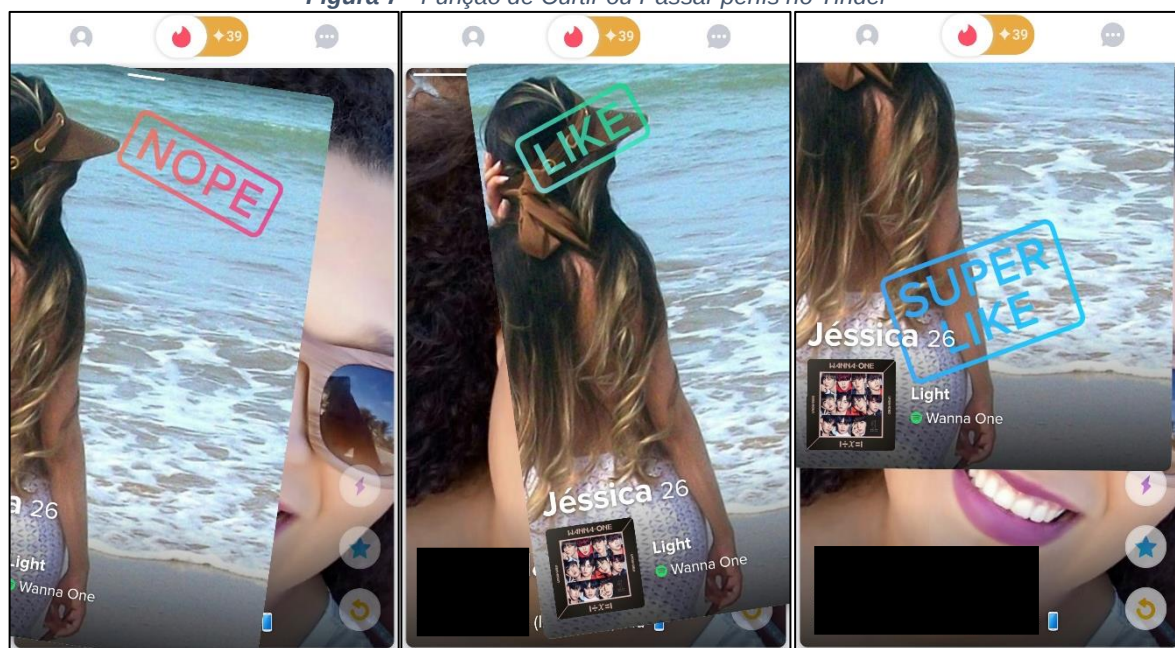
Parte importante da decisão de iniciar ou manter um diálogo com outra pessoa em contextos digitais repousam na ideia de saber minimamente alguma coisa sobre o outro. Porém, “este fato nem sempre está presente ao nível consciente, porque no caso de um número muito grande de relações, só as tendências e qualidades típicas precisam ser reciprocamente reconhecidas. A sua necessidade costuma ser observada só quando se quer” (SIMMEL, 2009, p.219).

Aqui temos que as relações práticas, e sentimentais, influenciam no quadro psicológico que fazemos do outro, onde formamos, então, uma unidade pessoal baseada nos fragmentos que apreendemos do outro, o que o nosso ponto de observação nos permite observar. Para Simmel, não haveria certo ou errado, completo ou incompleto na apreensão do outro. O que haveria, por sua vez, seria uma enorme variável de personalidades e circunstâncias especiais que perpassam a relação, o que o autor coloca como a formação de uma unidade de pressuposições que organizam e integram a relação.

Assim sendo, as nossas situações se desenvolvem com base no conhecimento recíproco e esse conhecimento com base em situações reais inextricavelmente entremeadas, através das suas alternâncias no interior do processo sociológico recíproco, que é um dos pontos em que a realidade e a ideia tomam a sua misteriosa unidade empiricamente perceptível (SIMMEL, 2009, p.221).

Destarte, não havendo interesse pelo perfil que é exibido basta o usuário arrastar o cartão do perfil para a esquerda ou clicar na opção “Nope” ou “Não” no botão sinalizado com um X vermelho, não havendo limitações quanto ao número de perfis a serem recusados. Nas versões pagas os usuários dispõem da função “Voltar”, que lhe permite voltar ao perfil anterior caso ele tenha sido curtido ou rejeitado acidentalmente e é sinalizado por uma seta circular de cor amarela dentre os botões no canto inferior da tela.

Figura 7 - Função de Curtir ou Passar perfis no Tinder



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2019)

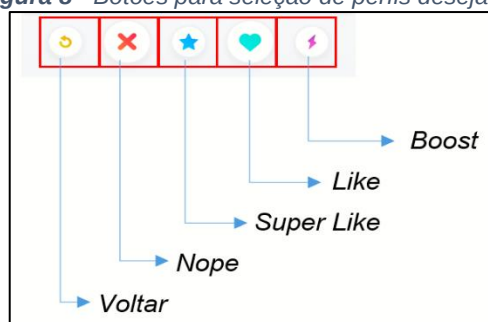
Caso o(a) usuário(a) tenha interesse no perfil visualizado ele(a) dispõem da opção “Like” ou “Curtir”, arrastando o cartão do perfil desejado para a direita ou clicando no símbolo de coração verde dentre os botões no canto inferior da tela. Os usuários da versão gratuita dispõem de um número limitado de curtidas, onde é preciso esperar doze horas para poder começar a curtir novamente, não havendo tal limitação nas versões pagas. É nesta função de *Like* que reside um grande diferencial do *Tinder* em relação a vários outros sites e aplicativos de relacionamento. Neste

aplicativo os usuários não sabem quem lhes curtiu, a menos que seja recíproco, tendo aí então o *Match*. Ou seja, podemos curtir uma infinidade de perfis de outros(as) usuários(as), mas eles(as) não saberão que os demos *like*, mas, caso o like torne-se recíproco temos aí uma combinação, um *match*. Somente a partir deste *match* é que o(a) usuário(a) de interesse será disponibilizado(a) para iniciar uma conversa.

Os usuários também dispõem da função “*Super Like*”, simbolizado por uma estrela azul no centro dentre os botões no canto inferior da tela, ou arrastando o cartão do perfil para cima. Esta função permite ao usuário não só curtir um perfil desejado, mas fazer, exclusivamente aqui, com que o(a) usuário(a) do perfil desejado saiba que foi curtido por tal usuário. Com esta opção a empresa afirma que suas chances de conseguir uma combinação com alguém podem aumentar, visto que o(a) usuário(a) que recebeu seu *super like* pensará melhor ao visualizar seu perfil e seu interesse explícito nele(a), representado pelo *super like*. Esta função se limita a 01 (um) para os(as) usuários(as) da versão grátis e a 05 (cinco) para os(as) usuários(as) das versões pagas a cada 24h (vinte e quatro horas).

O último botão, representado por um pequeno raio roxo é chamado de *Boosts* e não é disponível para a versão gratuita. Esta função promete que seu perfil será visualizado primeiro pelos(as) usuários(as) próximo(a)s a você em detrimento de outros(as) durante 30 (trinta) minutos. É disponibilizado um *boosts* a cada mês para os que adquirirem uma das versões pagas.

Figura 8 - Botões para seleção de perfis desejados



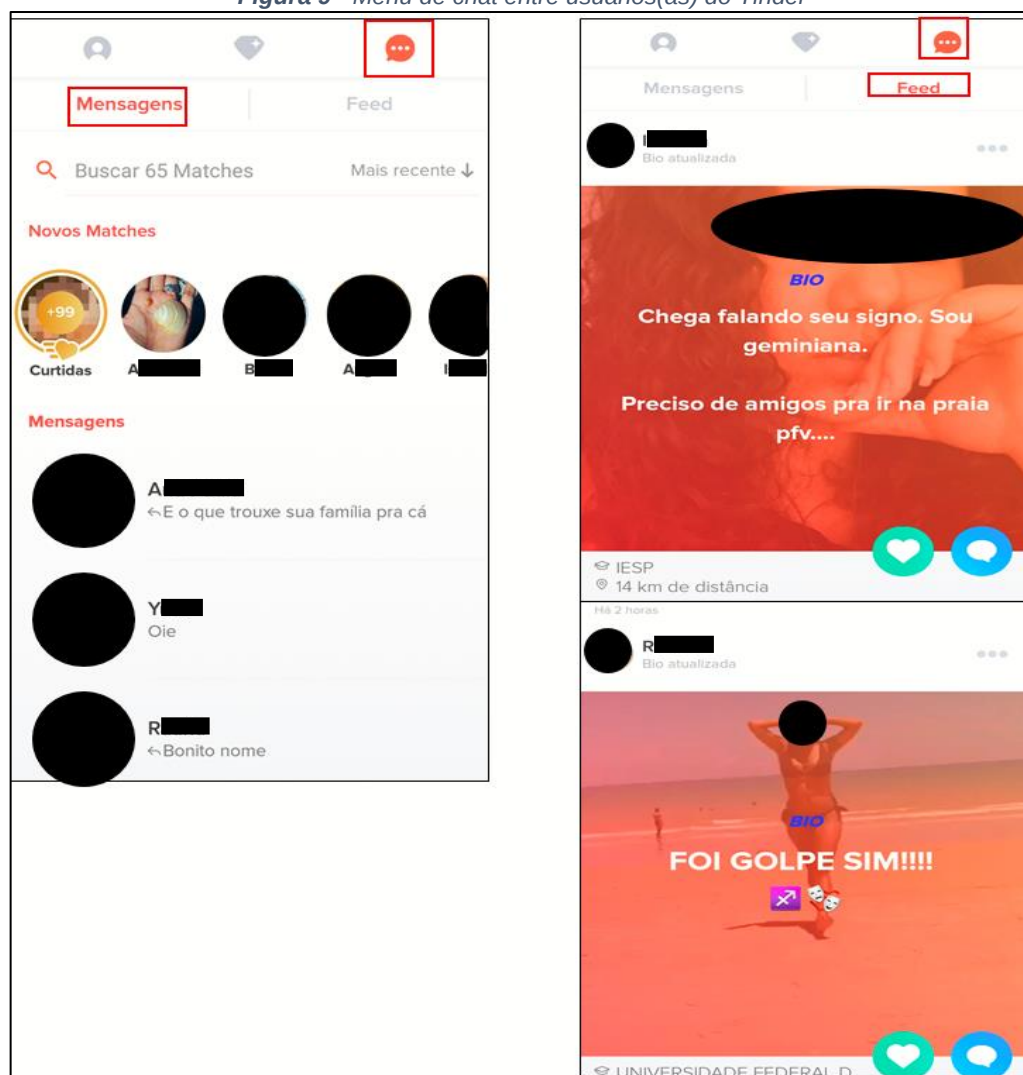
Fonte: Tinder - Compilação do autor (2019)

Ao lado do símbolo de chama do *Tinder* é onde se localiza a função *Principais escolhas*. Neste botão é possível visualizar uma função que afirma mostrar quantas pessoas curtiram o seu perfil. No entanto, esta função é voltada para usuários(as) da versão paga, e permite a esses(as) usuários(as) visualizar quem os(as) curtiu, para que assim possa ser dado um *match* instantâneo. Ao lado desta função temos as *Top*

Picks, que diz ser uma função que escolhe possíveis combinações ideais para o(a) usuário(a) com base nos elementos de seu perfil sem que haja a necessidade de ficar deslizando em busca do seu par; É possível dar *Like* ou *Super Like* em apenas um cartão de perfil por dia dentre as principais escolhas.

Por fim, o terceiro botão do menu principal do aplicativo é representado por um símbolo de balão de diálogo com três pontos dentro.

Figura 9 - Menu de chat entre usuários(as) do Tinder



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2019)

Este botão nos direciona para os perfis de usuários(as) que demos *match*, ou seja, visualizamos os perfis que tivemos uma combinação, sendo possível estabelecer conversas por meio do *chat* via mensagens de textos. Dentro desta opção haverá duas funções: *Mensagens* e *Feed*. Na primeira, será exibida o número de combinações que você possui com outros(as) usuários(as) e um botão para organizar

a exibição dos contatos entre os(as) mais recentes, os(as) mais próximos(as), não visualizados(as) e recomendações. Logo abaixo em uma linha horizontal ficarão dispostos os seus *matches* com quem ainda não fora iniciado um diálogo, e abaixo, em uma cadeia vertical, os *matches* com quem fora iniciado uma conversa. Já na função *Feed* é exibido as novidades ocorridas em seu perfil, como exibição de novos *matches*, ou alguma atualização como fotos ou descrição de perfil de outros(as) usuários(as) com quem haja uma combinação.

Corriqueiramente o *Tinder* é taxado, por seus usuários, como um grande “mercado” ou mesmo “jogo”. Neste mercado ou jogo simbólico de interações humanadas sai como “vencedor” aquele(a) que, por vezes, acumular o maior número de *matches*, ou mesmo conseguir o objetivo desejado com o aplicativo.

Para Cavalcante (2017), os usuários de aplicativos como o *Tinder* iniciariam um processo de objetificação mediante a publicidade de si com seu perfil, suas fotos e descrições de gostos e opiniões. Esta objetificação se dá pela necessidade de se anunciar para o outro, tornando algo privado, público. Teríamos então, que

O mercado agora requer que as dimensões humanas entrem no plano de ação para que o indivíduo cuide em tornar-se atrativo à escolha do público que ele almeja. Assim, a fim de que o valor por ele criado subjetivamente seja confirmado, é necessário que ele se preocupe com a aparência e palavras de apresentação. Além disso, é fundamental o investimento de tempo para dar manutenção à sua sobrevivência virtual, uma vez que o contexto de existência no espaço virtual está ligado à ação nele (CAVALCANTI, 2017 p.18).

Este ambiente digital, como outros ambientes físicos de co-presença, permitem a esses indivíduos dotados de experiências sociais, uma forma de sociabilidade dentro deste jogo relacional visando as trocas comunicacionais com outros sujeitos usuários que podem aproximá-los ou afastá-los (GOFFMAN, 2002). As interações nesse jogo relacional, por sua vez, caracterizam-se por uma disputa conflitiva pela atenção e afetos do outro, meio a tantos outros, capaz de destacar *vulnerabilidades interacionais* (GOFFMAN, 2012) em cena. Ou seja, a construção e manutenção de uma imagem de si, por meio da *fachada* e de uma *linha de ação*, através de seu perfil e continuidade na interação após o *match*, pretende-se ser construída com o objetivo de mostrar o melhor de si, “de tal modo que, com ou sem intenção, *expresse a si mesmo*, e os outros por sua vez terão de ser de algum modo *impressionados* por ele”

(GOFFMAN, 2002, p. 12), mas sempre sujeitas a enganos, conflitos, disputas, quebra de expectativas sobre o outro e etc.

1.3. A transformação da intimidade em tempos de redes sociais digitais

Conforme poderá ser visto no decorrer deste trabalho, o aplicativo *Tinder* é utilizado para a busca de diversas formas de relações sociais. Há uma vasta gama de ação na forma de agir no aplicativo, ou seja, as mais variadas performatividades são executadas na tentativa de se alcançar as experiências desejadas.

O movimento de transformação da intimidade, já apontado por Giddens (1993), nesses termos, é passível de se correlacionar com as plataformas de redes sociais digitais, principalmente aquelas voltadas para relacionamentos afetivo-sexuais, agora calcado sob uma maior liberdade de comunicação e produção do eu.

Um dos elementos considerados definidores da alta modernidade para Giddens é a separação entre tempo e espaço. A reorganização do tempo e do espaço, somada aos *mecanismos de desencaixe*, radicaliza e globaliza traços institucionais preestabelecidos da modernidade e atua na transformação do conteúdo e da natureza da vida social cotidiana (GIDDENS, 2002, p.10).

Um segundo elemento para compreender as transformações do mundo moderno é denominado como mecanismo de desencaixe.

Pode-se falar no desencaixe como um 'deslocamento' das relações sociais de espaços locais de interação e o seu realinhamento, definido nas extensões indeterminadas de tempo-espaço, ou seja, a atividade social é retirada dos contextos localizados e as relações sociais são reorganizadas através da distância tempo-espaço (LUCENA, 2009, p. 202).

Uma terceira característica que marcaria as mudanças ocorridas no mundo moderno seria a ideia de apropriação reflexiva do conhecimento.

A vida social passa a fazer parte da reprodução do sistema, deslocando-se num sentido oposto à tradição. Isso não quer dizer, obviamente, que as práticas tradicionais são de todo esquecidas, mas que elas são enfraquecidas pelas novas situações da modernidade (LUCENA, 2009, p. 203).

De modo geral, para Giddens (1993, 2002), é possível perceber que a reprodução das práticas sociais radica nas próprias relações humanas que têm lugar

em contextos de interação social, sejam essas interações presenciais ou mediadas por espaços digitais. Ao se apoiarem em regras e recursos, os atores sociais produzem e reproduzem as práticas sociais. O fluxo constante de ações humanas produz continuamente, porém, consequências que não faziam parte das intenções dos atores. Criada e recriada pelas ações e atividades intencionais produzidas pelos indivíduos, a história não é um projeto premeditado, mas sim um simples resultado de esforços que buscam uma direção “mais consciente” das atitudes. A relação do tempo e espaço com a ação humana, neste sentido, simboliza a dinâmica da vida social. Em Giddens, é na conduta cotidiana das pessoas, quase sempre sem a preocupação reformista, que se moldam e se transformam as sociedades humanas.

O que Giddens evidencia é que os agentes, ao nascerem, surgem em um contexto em que as estruturas já estão dadas. Entretanto, eles modificam tais estruturas em um processo transformador permanente, ao passo que a própria estrutura também os modifica em contrapartida. Todas as sociedades têm propriedades estruturais, ao menos em potência. O que diferencia as sociedades entre si é a maneira pela qual estas propriedades vão se expressar historicamente. Não por menos, se a influência da estrutura nas sociedades tradicionais era maior, nas sociedades modernas há o predomínio da ação (GIDDENS, 2002).

Com o processo de transformações nas formas de se estabelecer e manter os relacionamentos conjugais e sexuais na modernidade a pressão para se constituir famílias grandes tem diminuído com o passar dos anos, dando lugar a redução do número de filhos, o que historicamente diz respeito a certa liberdade sexual para as mulheres, que agora começariam a se ver livres da relação entre casamento, sexualidade, gravidez e parto. Essa redução no tamanho da família foi tanto condição quanto consequência da introdução dos métodos contraceptivos, que ganhou força após a Primeira Guerra Mundial. Essas mudanças permitiram de certa forma que a sexualidade se tornasse maleável “e sujeita a ser assumida de diversas maneiras, e [bem como] uma ‘propriedade’ potencial do indivíduo” (GIDDENS, 1993, p.37).

Para essas transformações advindas com uma maior liberdade sexual, Giddens (1993) desenvolve o conceito de *sexualidade plástica*, caracterizada pela liberdade descentralizada e da busca do prazer sexual desvinculado das necessidades de casamento e reprodução. Na sexualidade plástica estaria a liberdade para a busca e reivindicação ao prazer sexual, principalmente das mulheres. Essa busca de

satisfação sexual desvincularia a sexualidade de uma regra voltada ao falo, onde se primaria pela experiência sexual masculina sem a importância da retribuição do prazer de forma mútua (GIDDENS, 1993). A sexualidade plástica teria proporcionado condição prévia para a revolução sexual das últimas décadas, que envolveu também a autonomia sexual feminina, afetando por consequência a sexualidade masculina, e outras sexualidades dissidentes, contrárias aos padrões heteronormativos e monogâmicos. Esta teria proporcionado também, como mencionado anteriormente, a busca por encontros sexuais episódicos, o que parece ser comum em redes sociais digitais.

Quando os encontros episódicos não constituem um estratagema de controle [...], eles são, na verdade, explorações das possibilidades oferecidas pela sexualidade plástica. Desta perspectiva, mesmo sob a forma de contatos impessoais e passageiros, a sexualidade episódica pode ser uma forma positiva da experiência do cotidiano. Revela a sexualidade plástica pelo que ela (implicitamente) é: o sexo libertado de sua antiga subserviência ao poder diferencial. (GIDDENS, 1993, p.162).

Compromissos outros da vida moderna como estudos ou trabalho, ou mesmo fim de relacionamentos recentes, estar de passagem por uma cidade, a busca por relações extraconjugais, remuneração material por relações sexuais, relações em sigilo com outras pessoas do mesmo sexo – em alguns casos de pessoas que não “se assumiram” ou se consideram apenas “curioso(a)” – ou a simples busca por relações que não visam um “feliz para sempre” são algumas das muitas motivações possíveis – observadas nos perfis coletados – que podem levar alguém a buscar experiências sexuais desprovidas de laços relacionais e afetivos mais fortes. A seguir apresentamos¹⁰ alguns relatos observados em que os(as) usuários(as) apresentam imagens ou descrições de perfis em que expõem seus desejos por experiências sexuais episódicas desprovidas de qualquer tipo de compromisso afetivo, conjugal etc.

Mulher, 28 anos, natural de Fortaleza e morando em João Pessoa, descreve-se como uma pessoa que trabalha até tarde, que adora

¹⁰ Ao realizar transcrições de descrições de perfil elaboradas pelos(as) próprios(as) usuários(as) seremos fiéis ao modo de cada um se expressar e, portanto, manteremos gírias, abreviações e alguns usos incorretos da gramática.

músicas tristes, o que complementa ao afirmar que adora a solidão, se considera agitada, tagarela e otimista:

“sem tempo para relações profundas e sérias, quero só uma companhia pra f1¹¹ e trocar uns chero¹² as vezes”;

Mulher, 21 anos, estudante, residente em João Pessoa. Por não possuir foto, descreve-se como sendo bonita e possuindo corpo atlético:

“Sou bi, mas não sou assumida (motivo de não ter foto minha aqui). ~Apenas mulheres e lances casuais~”;

Mulher, 22 anos, graduada, moradora de João Pessoa, sem foto pessoal de perfil:

“Não sou eu na foto, prefiro não me expor pois estou à procura de algo casual, vai ter que dar match para descobrir minha identidade”;

Mulher, 24 anos, sem foto de rosto, exibindo apenas o busto:

“Procuro casualidades, de preferência em casal”;

Mulher, 21 anos, sem foto pessoal de perfil, apenas uma imagem descrevendo sua intenção no aplicativo:

“Olá, eu sou uma jovem de 21 anos que faz sexo por dinheiro... Estou aqui pra dá o melhor prazer que você merece”;

Mulher, 21 anos, estudante, residente em João Pessoa, sem foto pessoal de perfil, se descreve como sendo morena, de olhos verdes, 1,60 de altura, magra:

“Realizo todos os seus desejos sexuais e mais. Enquanto você realiza os meus sexuais e materiais”;

Homem, 23 anos, sem foto pessoal, imagem chamando atenção para a descrição de perfil, nome de usuário: “casual sigilo”, se descreve como tranquilo, educado, bonito e engraçado, além de se considerar safado, mas não vulgar:

“Não estou atrás de romance e nem nada que envolva sentimentos ou algo financeiro, apenas diversão casual”;

Homem, 24 anos, fotos pessoais de perfil, estudante, Residente em João Pessoa:

“Quero transar e discutir a existência humana, bora? Bolsominions passem longe...”;

Homem, 33 anos, sem foto pessoal de perfil, sem indicação profissional:

“Sou casado em busca de aventura, tudo sem cobranças, casadas sejam bem vindas”;

Homem, 37 anos, sem indicação de profissão ou formação, morador de João Pessoa, sem fotos do rosto, apenas uma foto do pescoço à cintura:

¹¹ Gíria para fumar cigarro de maconha.

¹² Gíria típica do Nordeste para troca de carícias, abraços, beijos etc.

“Homem casado procura boa companhia, mesada inicial de R\$600,00! A companhia deve estar sempre disponível pra mim nos fds [finais de semana], nos horários que eu determinar. Vai ter um fds livre por mês, deve ser bem obediente e submissa”;

Homem, 22 anos, estudante, nome de usuário: “Hétero Curioso”, sem fotos pessoais ou descrição de si:
“Procuro um outro BROTHER para curtir no sigilo absoluto. NÃO para afeminados, Trans e assumidos”;

Homem, 20 anos, sem fotos de perfil, apenas uma imagem descrevendo suas intenções:
“Procuro hétero curioso que queira experimentar comer outro homem”.

Apesar desses(as) homens e mulheres sentirem certa liberdade para a busca de relações sexuais, é possível perceber a necessidade de ocultação da face. Este ato é justificado pelo fato de buscarem *“algo casual”* em que, grande parte dos perfis, é seguido pela palavra *“sigilo”*, o que corrobora com a ocultação de si, optando-se pela camuflagem da face, exibindo apenas corpo ou utilizando imagens aleatórias. Destaca-se também, na coleta aqui realizada, a maior proporção de perfis masculinos em comparação a perfis femininos encontrados que afirmam estar em busca de sexo casual, o que poderia demonstrar que homens se sentem mais à vontade para expor e buscar por satisfação de seu desejo sexual, mesmo que em sigilo, visto a necessidade do anonimato. O possível constrangimento de serem vistas por outros, incluindo conhecidos e familiares, na busca ativa por encontros sexuais episódicos pode ser uma das motivações para esta ocultação. Esta, ao menos aparenta ser a justificativa de muitos dos perfis masculinos observados, posto que alguns também são de homens casados buscando algum tipo de relação sexual extraconjugal.

No entanto, mesmo entre aqueles(as) não comprometidos(as) opta-se pela não aparição nas fotos. Isso demonstra que, embora haja uma flexibilização social para a busca de satisfação do prazer sexual, ainda haveria uma certa necessidade de não se exibir de pronto. Possivelmente relacionado ao controle sexual, expectativas engendradas por regras morais, etc.

Os impactos das mudanças decorrentes da contracepção, emancipação econômica das mulheres, feminismo e etc. proporcionaram também o surgimento de um novo tipo de relacionamento, que Giddens (1993) denominou de *relacionamentos puros*. Este tipo de relacionamento, para o autor, “diz respeito à sexualidade livre da obrigação da reprodução. Dentro desta nova ordem pessoal democrática, o princípio

da autonomia apresenta-se como um elemento definidor das novas relações amorosas” (LUCENA, 2009, p. 213).

O relacionamento puro se caracterizaria pela igualdade sexual, democratização do prazer e dos vínculos afetivos. No relacionamento puro, característico da modernidade, se valorizaria a busca por um “relacionamento especial” em detrimento de uma “pessoa especial” (LUCENA, 2009). As redes sociais digitais seriam um campo propício também para a busca e desenvolvimento deste tipo de relação de igualdade emocional e sexual entre os(as) parceiros(as), na qual deixa de ser encarada a partir de uma exigência emocional constante do outro. Isso porque a facilidade de se conhecer outras pessoas nesses espaços digitais aumentou consideravelmente, proporcionando também um aumento das exigências de compatibilidades a respeito do outro e do que se considera uma boa relação (LINNE; LOPES, 2019), atributos compatíveis com a ideia de relacionamento puro. De acordo com o autor proponente, seria considerado

[...] como uma negociação transacional de vínculos pessoais, estabelecida por iguais, ela surge sob uma luz completamente diferente. A intimidade implica uma total democratização do domínio interpessoal, de uma maneira plenamente compatível com a democracia na esfera pública (GIDDENS, 1993, p.11).

Giddens afirma, nesse sentido, que o significado atribuído ao termo “relacionamento” como “um vínculo emocional próximo e continuado com outra pessoa” só veio a ser utilizado de modo geral em uma época relativamente recente. Com base nisso, afirma que “para esclarecer o que está em jogo aqui, podemos introduzir a expressão relacionamento puro para nos referirmos a este fenômeno” (GIDDENS, 1993, p. 68). No que se refere a sua definição, o autor prossegue justificando que tal relacionamento não tem a ver com um ar de pureza sexual, mas sim, uma relação social em que se entra apenas pelo prazer da própria relação.

Podemos pensar nas relações de amizade como formas de também se estabelecer vínculos afetivos puros, visto que, este tipo de associação com a outra pessoa é mantida no compromisso, na confiança, na intimidade e pelo tempo em que ambas as partes se considerarem satisfeitas com o que é ofertado pelo outro para a manutenção da relação estabelecida, podendo sempre ser negociada e revisto certos aspectos que possam influir para sua manutenção, renovação ou o seu fim. Ou seja,

ao falar deste tipo de relacionamento Giddens não se refere exclusivamente ao conjugal, posto que “a democratização da vida pessoal como um potencial estende-se de um modo fundamental às relações de amizade e, crucialmente, às relações entre pais, filhos e outros parentes” (GIDDENS, 1993, p.200).

Outro conceito elaborado por Giddens (1993) que parece bastante presente neste contexto de plataformas digitais, sites e aplicativos de relacionamentos é o de *amor confluyente*. Para Giddens a ideia de amor confluyente caracteriza-se por ser um tipo de amor ativo e contingente, ou seja, que pode ou não acontecer, e que por isso choca-se diretamente com as ideias de “para sempre” e “único” do amor romântico. Nesse sentido, seguindo os termos de um relacionamento puro, o amor confluyente estaria voltado também para a busca de um “relacionamento especial” independentemente da pessoa com que este tipo de relação idealizada possa vir a se concretizar de fato.

Amor confluyente se caracterizaria pela igualdade no oferecer e receber, permitindo o desenvolvimento cada vez maior da intimidade por meio da manifestação de preocupações com as necessidades do outro. A busca por uma equidade e reciprocidade na satisfação afetiva e sexual é apontada como um elemento chave para a manutenção ou não deste tipo de relacionamento. Na busca por um relacionamento amoroso mediado pode-se deparar com um grande número de parceiros em potenciais, que serão avaliados, selecionados ou descartados de acordo com os critérios que se busca no seu ideal de “relacionamento especial”.

Dentro do aplicativo *Tinder* encontramos facilmente diversos(as) usuários(as) que se encaixam neste tipo de busca por um relacionamento puro e mesmo um relacionamento romântico que se caracteriza, nos termos de Giddens, como amor confluyente. A busca por amizades, por “*algo a mais*” ou um relacionamento sério para “*ser feliz, amar e ser amada*” é, de todo modo, um dos objetivos propostos pela própria plataforma. Embora muitos dos sujeitos encontrados aqui expressem seu desejo de fazer novas amizades ou estabelecer um relacionamento amoroso, poucos são aqueles que projetam expectativas ou elegem explicitamente em seus perfis os termos desejados para a constituição da relação.

A seguir, apresentamos alguns desses(as) usuários(as) que elaboram de maneira um pouco mais detalhada em suas descrições quais elementos seriam

fundamentais para uma boa relação amorosa ou mesmo quais suas expectativas na busca de um amor:

“Procuro um relacionamento sério, quero ser feliz, amar e ser amada”;

“Procuro um relacionamento sério, concreto e que traga satisfação para ambos”;

“Busco algo que possa durar muito tempo, até a eternidade, sonho? Se não acredita é só não curtir! A empreitada é longa e árdua, mas a recompensa é mais que satisfatória para ambos”;

“Será que ainda existe amor no mundo LGBT? Se sim, porque está tão difícil encontrar uma pessoa que te ame de verdade, que te valorize? No mundo gay parece ser um mundo açougue, onde vê o corpo invés da cabeça. [...] Estou à procura de relacionamento sério, não procuro beleza, e idade pra mim é o de menos, procuro caráter. Sou romântico e gosto de valorizar quem está do meu lado”;

“Se tiver interessado em um relacionamento sério estou aqui pois quero compartilhar junto do meu companheiro momentos felizes, atenção, carinho, parceria, algo do tipo, alguém pra somar... e daí viagens, cinema, praia e outras coisas q a vida nos permitir e proporcionar”;

“Afim de conhecer homens tranquilos, de bem com a vida, adeptos ao diálogo e sem preconceitos. Respeitos e educação são requisitos fundamentais!”;

“Quero alguém que me faça sentir borboletas no estômago. Que faça minhas mãos suar. Que me faça contar os segundos pra vê-la novamente. Sexo pra mim tem que ter conexão. Um encontro. Tem que sentir que os dois corpos irão se tornar um só”;

“Quero alguém que me de segurança, de amor, compreensão, atenção, de alguém que sente comigo e fale: ‘Calma, eu estou contigo’. Que esteja ao meu lado quando eu estiver doente e fale a verdade mesmo me machucando”;

“Procuro alguém para uma vida a dois. O que posso oferecer é respeito, carinho, atenção e amor. Quero algo concreto e sério”.

De modo geral, estas novas formas de relacionamentos apontados por Giddens se faz observável também em contextos virtuais, onde o ingresso nessas plataformas visa a busca por relações que se julgue satisfatório ou mesmo a liberdade de procura por contentamento sexual. De outro modo:

Em tempos de internet, a sexualidade plástica, o relacionamento puro, o amor confluyente, (GIDDENS, 1993) assim como o conceito de

orientações íntimas (BOZON, 2004) se aplicam bem aos tipos de relacionamentos que podemos encontrar por meio do ambiente virtual. Liberdade de escolhas, erotismo, romance, jogo, velocidade, enfim, a possibilidade de múltiplas vivências de acordo com a orientação íntima de cada um (FIGUEIREDO, 2016, p.28).

A ideia e o ideal de relacionamento e amor seriam mutáveis ao longo do tempo e espaço em que se encontram as relações pelas quais se efetivam e das ferramentas utilizadas no jogo da conquista e sedução. Figueiredo (2016) encara o amor como crenças sociais capazes de estabelecer vínculos afetivos, ou seja, uma espécie de crença emocional que pode ser mantida, abolida, alterada ou mesmo transformada com o tempo. Como um conjunto de discursos imaginados e ritualizados, a crença no amor possuiu por muito tempo, e em muitos casos ainda possui, alguns conjuntos de valores que se pensa(va) inerentes ao amor, tais como a ideia de ser um sentimento universal e natural que não se subordinava à razão, e como condição para uma verdadeira felicidade nos relacionamentos (FIGUEIREDO, 2016). A autora encara, assim como Giddens, o amor como uma invenção onde nenhum de seus elementos afetivos, psicológicos ou cognitivos é fixo por natureza, podendo ser criados e recriados.

Seguindo a luz desses modelos propostos por Giddens, Figueiredo (2016) ao realizar entrevistas com cinco mulheres heterossexuais a partir dos 35 anos, solteiras, viúvas ou separadas, independentes financeiramente e com nível superior completo e que já tinham feito uso de aplicativos para busca de parceria amorosa, identifica três estilos de uso de aplicativos para encontros entre as entrevistadas: *curioso*, *recreativo* e *racional*.

As entrevistadas já utilizaram e utilizam outros aplicativos e sites de relacionamento, como o *Tinder*. Muitas delas começaram a utilizar por indicação de amigas(os), e também indicam para outras pessoas. Elas costumam utilizar o *Tinder* por um período, e por eventuais situações o desinstalam, como encontrar alguém que goste, começo de namoro, mas ao fim destes, retornam para o aplicativo. Algumas percebem os aplicativos de relacionamentos como uma festa, uma balada, onde se vai para diversão, paquera e conhecer pessoas legais, com a vantagem de que nos aplicativos você pode olhar as fotos, pesquisar o perfil, verificar informações etc.

O primeiro “estilo de uso”, o “curioso” é caracterizado como um uso exploratório, em que se busca conhecer várias plataformas com o intuito de conversar

despretensiosamente com outras pessoas, tentando manter um nível de preservação da intimidade. Nesse estilo de uso curioso, as usuárias se mostraram tanto ativas quanto mais passivas, no sentido de observar os perfis, as fotos, mas não ter um objetivo claro quanto a utilização do aplicativo. Este estilo de uso seria uma das formas iniciais de utilização destes sites e aplicativos, caracterizado também pela desconfiança, criação de defesas quanto a sua exposição, em que se age com base em uma postura mais cautelosa. Nesse sentido, a autora aponta que as usuárias “passam a impressão de estar vagando pelos sites e aplicativos com um olhar mais explorador e curioso do que um olhar de busca. Por exemplo, não têm interesse, mas *‘colocam lá para ver’*” (FIGUEIREDO, 2016, p.112).

O uso “recreativo” volta-se ao uso com o intuito de busca por diversão, experienciar coisas novas, estando dispostas e abertas a realização de encontros sem a preocupação de encontrar o amor de sua vida, estando consciente de que o encontro pode ou não dar certo. Nesse estilo haveria maiores chances de agenciamento do próprio desejo, maior presença de conversas e encontros com pessoas diferentes, possibilitando um aumento da rede de contatos. Não estaria vinculado a esse estilo a necessidade ou desejo de busca por um casamento, por exemplo, permitindo livremente o desenvolvimento das amizades ou de uma noite de sexo. Ou seja, as pessoas que utilizam os aplicativos de relacionamento com este estilo não se fecham para novas possibilidades, mas, quando encontram alguém que as interesse se engajam na possibilidade daquele relacionamento. Os usuários experimentam mais, pois sentem-se livres.

Alguns estereótipos de gênero aparecem nos discursos das entrevistas, nesta e na próxima categoria de estilo de uso. Na busca por experiências sexuais são apontados dilemas no que diz respeito à idade e a um perfil sexual mais ativo dessas mulheres. Figueiredo (2016) aponta que as entrevistadas costumavam ter relações, sexuais e amorosas, em sua maioria com homens mais velhos que elas. Com a utilização dos sites e aplicativos de relacionamento algumas dessas mulheres se permitiram “experimentar” ou se depararam, sem muita reflexividade, com relações sexuais com homens mais jovens e até mais novos que elas.

Nessas experiências com homens mais novos, a relação era percebida como um tipo de sintoma ou perda de uma possibilidade de aventuras na adolescência, ou discrepância. No que se refere a um comportamento mais ativo na busca por

satisfação sexual estas acreditavam que estariam transgredindo algum tipo de regra ou ordem dos papéis de feminilidade e masculinidade. Nessa lógica, tomada como inversa, em que elas estariam assumindo as rédeas na busca por parceiros afetivo-sexuais, haveria a sensação de que estariam burlando as regras tradicionais de gênero, principalmente quando essas mulheres olhavam para sua idade, levando-as a sentirem-se “no mínimo, estranhas, quando não se sentem: carentes, fracas, fáceis, perdidas, discrepantes...” (FIGUEIREDO, 2016, p.131).

No estilo de uso “racional” Figueiredo destaca o fato de que as usuárias aqui possuem um objetivo muito claro sobre o que querem. Entretanto, em sua pesquisa o estilo racional se pareceu limitado a objetivos claros sobre a busca de um casamento.

No estilo de uso racional, a ordem de gênero é mantida e sustentada por crenças românticas nas quais a felicidade está condicionada à presença de um outro, no caso da mulher heterossexual, um homem protetor à moda antiga. Mas, é interessante observar que, contrariando as tradicionais ideias românticas a respeito da irracionalidade do amor, as *Tinderelas* românticas são as mais racionais de todas as princesas (FIGUEIREDO, 2016, p.120).

É possível perceber aqui a perpetuação dos papéis estereotipados de gênero, tais como a busca por um parceiro protetor, realização de rituais tradicionais de um relacionamento romântico, como pedido formal de casamento, aliança, enxoval, entrar na igreja, primando a construção de um relacionamento de longo prazo. Outra entrevistada, porém, fazendo uso dos aplicativos de forma recreativa, critica essas posturas e performances tradicionais de gênero.

Em paralelo, também encontramos usuários(as) que reproduzem certos estereótipos de papéis de gênero onde o homem é representado ou desejado como uma figura de poder, de segurança, de virilidade, enquanto da mulher é cobrada à reprodução de padrões idealizados como beleza, inteligência, ou que “*não seja interesseira*”. A exemplo temos:

“Quero algo sério com uma mulher que queira ser feliz e bem tratada por um HOMEM de verdade”;

“Sou empresário tentando realmente encontrar uma mulher bacana e interessante. Interesseiras por favor X”;

“Procuo conhecer uma mulher com bons princípios... [...]. Ainda guardo princípios de valores e antigas tradições.”;

“X mulher fumante / com FILHO”.

Observa-se que a presença do ideal romântico continua firme nos dias de hoje, mesmo em contextos explícitos de busca sexual, como exposto no artigo de Couto *et. al.* (2013), onde uma expectativa de homem e mulher ainda é reproduzido também em ambientes mais democratizantes e progressistas como a *Internet* e plataformas de relacionamentos.

Talvez seja possível extrapolar esse uso racional para além da busca objetiva por um casamento, como no caso das entrevistadas que fizeram uso deste estilo. A busca objetiva e direta de outras formas de interação ou relação também poderia ser englobada nesta categoria de uso visto que, como aponta a autora, uma das características deste estilo de uso é “uma postura mais ativa na busca, dizendo mais claramente o que está querendo numa parceria e explicitando seus desejos logo de início” (FIGUEIREDO, 2016, p.120). Portanto, temos que os(as) usuários(as) construiriam perfis que tentassem demonstrar seus interesses de acordo com seus objetivos. Outra característica deste estilo de uso é ter critérios claros de seleção para corresponder às expectativas da busca.

Alguns contrapontos a essa discussão de busca por um relacionamento puro ou amor confluyente podem ser observados. Com a proposta de responder como as trocas nos aplicativos de relacionamentos, especificamente o *Tinder*, colaboram para a objetificação dos usuários, Cavalcanti (2017) traz “que a objetificação do usuário é um fato possível de ocorrer na dinâmica do *Tinder*, pois o formato deste aplicativo permite uma relação entre os usuários semelhante a relações mercadológicas” (CAVALCANTI, 2017, p.117). Essa objetificação se dá à medida que os perfis vão sendo exibidos.

Quando um perfil é atraente a outro e tal atração é correspondida, diz-se que deu match! Assim, em busca do match perfeito, as pessoas vão acumulando perfis, ainda que a perfeição dure poucos momentos ou mesmo nunca seja alcançada uma vez que é a expectativa do perfil posterior que mantém o indivíduo nessa incessante busca. [...]. Desse modo, o que existe na objetificação proporcionada pelo *Tinder* é uma simulação do real pelas imagens, que provoca no outro o desejo de acumular mais opções. Tal compulsão não é necessariamente um transtorno psicológico, mas uma prática idealista além da necessidade e realidade (CAVALCANTI, 2017, p.60).

Posto que o objetivo seria a busca por um relacionamento ideal, e não necessariamente a pessoa ideal, e que no caso de plataformas como o *Tinder* haveria essa oferta gigantesca, essa infinidade de escolhas daria a impressão de que o(a) próximo(a) usuário(a) pode ser melhor que o(a) anterior, proporcionando uma “sensação de insaciabilidade e possibilidade de acúmulo” (CAVALCANTI, 2017, p.117). Essas possibilidades podem proporcionar um contexto de velocidade com que certos vínculos são estabelecidos ou desfeitos nas redes sociais digitais. Crescendo o número de combinações aumenta-se as opções de interação e descarte daqueles perfis que não o interessa mais.

A crítica tecida por Lucena (2009), por exemplo, aponta a visão excessivamente positiva de Giddens a respeito dos pressupostos de democratização das relações em uma sociedade com princípios neoliberais, em que as relações íntimas nem sempre serão pautadas por princípios éticos, que possam preservar de fato a outra parte, visto que se prezaria pela busca individual de satisfação das partes envolvidas, onde “[...] de formas diferenciadas, as decisões unilaterais podem indicar uma crise moral social, no âmbito privado (LUCENA, 2009, p. 219).”

CAPÍTULO 2 - ETNOGRAFIA VIRTUAL: INGRESSO NO *TINDER*, COLETA DE DADOS E CATEGORIAS EXPLICATIVAS

“Parte da jornada é o fim” e “nos últimos cinco anos eu apenas tenho tentado uma coisa, chegar aqui. É apenas isso que importa” (Adaptado).

Tony Stark; Natasha Romanoff em Vingadores: Ultimato!

Neste capítulo realizaremos algumas discussões metodológicas desde o conceito de etnografia virtual, sua relevância e técnicas de pesquisa como a entrada no campo, a construção do objeto de pesquisa, as metodologias e técnicas empregadas para a coleta, armazenamento e análise dos dados coletados, e as categorias explicativas criadas com a análise dos perfis coletados de usuários(as) do aplicativo.

2.1. Discussão sobre etnografia virtual

A etnografia é um método de investigação oriundo da antropologia, cujas técnicas dão ao pesquisador ferramentas para a observação do objeto de estudo. Para tal, o pesquisador, de modo clássico, deve se inserir no mundo em que deseja estudar, buscando sentido ao emaranhado de relações observadas (AMARAL; *et. al.*, 2008). De acordo com Geertz, fazer etnografia ou o fazer etnográfico seria:

[...] como tentar ler (no sentido de construir uma leitura de) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado (GEERTZ, 2001, p. 20).

Desde o surgimento da *Internet*, autores têm observado a possibilidade de estudar certos grupos estabelecidos em rede por meio de técnicas de pesquisa etnográfica. No entanto, segundo aponta Amaral (2010), muitos cientistas sociais mais ortodoxos não aceitaram tão facilmente esta possibilidade, o que proporcionou inúmeros debates principalmente no que dizia respeito a “reconfiguração em algumas das principais características da etnografia e do fazer etnográfico” (AMARAL, 2010, p.125), como o deslocamento, o contato, o estranhamento, bem como o famoso “ir a campo”. Porém, a autora aponta o uso de fazeres etnográficos como uma metodologia possível na pesquisa empírica do digital, estudos estes que devem partir

[...] de um modelo comunicacional que leve em conta seu contexto e as culturas que nela se desenvolvem, na qual estão inscritos tracejados e conversações cuja observação sistemática e investigação interpretativa desvendam padrões de comportamento social e cultural (AMARAL, 2010, p. 125).

Reconhecendo a grande apropriação de tecnologias digitais, principalmente por meio dos dispositivos móveis e plataformas de mídias sociais pela qual passamos, diversos autores, como veremos nas páginas que se seguem, apontam a importância da utilização de uma metodologia apropriada como possibilidade para ampliar a compreensão de fenômenos socioculturais inseridos nesse contexto digital. De acordo com Amaral *et. al.* “a metodologia para o estudo de práticas comunicacionais mediadas por computador recebe o nome de netnografia, ou etnografia virtual”¹³ (AMARAL *et. al.*, 2008, p. 3). Nesse sentido, temos que a etnografia virtual é,

[...] uma ferramenta metodológica que amplia as possibilidades oferecidas pela etnografia tradicional ao permitir o estudo de objetos, fenômenos e culturas que emergem constantemente no ciberespaço a partir do desenvolvimento e da apropriação social das tecnologias da informação e da comunicação (TIC). O método netnográfico adapta técnicas, procedimentos e padrões metodológicos tradicionalmente empregados na etnografia para o estudo de culturas e comunidades emergentes na Internet (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 02).

Para Kozinets (2010) a etnografia virtual não seria um método inteiramente novo, pelo contrário, para ele “é etnografia conectada pela tecnologia, ou pela internet. A netnografia é a etnografia adaptada às complexidades de nosso mundo social contemporâneo, mediado pela tecnologia” (KOZINETTS, 2010, p. 05). Para Corrêa e Rozados (2017), a etnografia virtual seria uma adaptação da pesquisa etnográfica que levaria em conta algumas das características específicas dos ambientes digitais onde são desenvolvidas as pesquisas com este método, bem como as formas de comunicação e interação mediadas pelo digital. Ou seja, “de certo modo, a netnografia não se trata de proposta metodológica inteiramente nova, mas de uma ampliação das

¹³ Não entraremos em detalhes sobre a discussão entorno da apropriação e utilização de um ou outro termo. No entanto, ambas, até então, podem ser utilizadas como sinônimos. Nesse sentido, optamos pelo uso de etnografia virtual, por se aproximar mais do campo das ciências sociais. Porém, será mantido a expressão netnografia em casos de citações diretas.

potencialidades do método etnográfico tradicional para contemplar as especificidades do ambiente digital” (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 03).

Em contrapartida, a percepção da etnografia virtual como método, mesmo que adaptado da etnografia tida como tradicional, Pereira (2005) ao se propor levantar algumas questões metodológicas sobre a etnografia e a etnografia virtual, aponta a emergência desta segunda como uma técnica de pesquisa, e não necessariamente um método. Nesse sentido, para esta autora, “a netnografia está em fase de teste. Ainda não anda pelas próprias pernas, mas sim apoiada nos ombros da antropologia convencional. Por isto, talvez ainda seja cedo para dizer que a netnografia é um ‘método’” (PEREIRA, 2005, p. 19). Mesmo não percebendo a etnografia virtual como método, a autora ainda assim o percebe como o resultado de uma adaptação da etnografia tradicional voltada aos ambientes ou contextos digitais.

Como na etnografia, um dos princípios da etnografia virtual consiste na construção de objetos e na coleta de dados a partir do contato intersubjetivo do pesquisador com seu objeto de estudos, seja por meio da observação ou participação direta no ambiente em que pretende estudar. Por isso, “uma das possibilidades de se estudar o imaginário virtual e seus atores sociais se faz pelo método da observação. Assim como é comum para a antropologia, a observação no ciberespaço é relevante” (ROCHA; MONTARDO, 2005, p. 9).

Com o desenvolvimento, popularização e apropriação das mídias e plataformas digitais, da *Internet* e etc. podemos tomar como princípio a noção de que cada vez mais tem sido possível o estabelecimento de objetos de estudos e coletas de dados no ciberespaço, seja por meio das comunidades digitais, plataformas midiáticas, redes sociais digitais e outros. A aplicação de um método, e/ou técnicas específicas para esses ambientes e contextos digitais torna-se cada vez mais válida (AMARAL *et. al.*, 2008; CORRÊA; ROZADOS, 2017; ROCHA; MONTARDO, 2005). Nesse sentido, “o surgimento e o crescimento das agregações sociais do ciberespaço exigiram uma remodelação do método etnográfico a fim de captar as novas formas de socialização constituídas no ambiente digital” (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 03). Com formas variadas tanto no ingresso do pesquisador a esses ambientes, quanto sua participação, comunicação e na própria forma de coletar os dados para o desenvolvimento de pesquisas, percebemos a etnografia virtual como um dos métodos qualitativos possíveis para a realização dos estudos sobre cibercultura.

Figueiredo (2016), Lankshear, et. al. (2015), Miskolci (2016) e Noveli (2010), partem do princípio de que *on-line* e *off-line* não possuem uma fronteira explicitamente demarcada, muito menos seriam antagônicas entre si. Ou seja, “os mundos, *on-line* e *off-line*, não são necessariamente realidades separadas – mundo real versus mundo virtual – mas podem ser considerados um *continuum* da mesma realidade” (NOVELI, 2010, p. 109). Assim, “relações mediadas se dão em um contínuo on-offline, no qual se inserem todos aqueles e aquelas que usam meios comunicacionais em rede em seu cotidiano” (MISKOLCI, 2016, p. 284).

Ao partir deste princípio, o pesquisador deve, também, desenvolver técnicas que permita uma análise que considere o *on-line* e o *off-line* como esse *continuum* esboçado pelo autor. Nesse sentido, é importante buscar formas de realização de pesquisa que se adequem à realidade do ambiente, plataforma, contexto ou grupo que desejamos investigar.

Ao abordar a forma de condução da pesquisa utilizando-se da etnografia virtual, Kozinets (2010) aponta que as “interações *on-line* são consideradas reflexos culturais que proveem profundo entendimento sobre a humanidade. Como a etnografia presencial, a netnografia é naturalista, imersiva, descritiva, multimétodos, adaptável e focada no contexto” (KOZINETS, 2010, p. 01). Para este autor, a etnografia e etnografia virtual são “naturais” por se aproximar e se incorporar à cultura que estuda; é “imersiva” pois busca o entendimento cultural de modo ativo, ou seja, por meio da participação pessoal ao longo da pesquisa; é “descritiva” por buscar a realização de uma descrição detalhada, capaz de se aproximar da realidade subjetiva e emocional daquela cultura; “multimétodos” por ser flexível na utilização de métodos, técnicas e ferramentas para a obtenção dos dados etnográficos; é “adaptável”, por ser possível a sua aplicação em diversas culturas existentes (KOZINETS, 2010).

Para Kozinets (2010, 2014), há algumas etapas necessárias para o desenvolvimento de uma pesquisa utilizando-se do método da etnografia virtual. São elas: *planejamento do estudo, seleção e entrada em campo, coleta de dados, análise e interpretação dos dados, garantia dos padrões éticos, feedback com os membros do grupo e apresentação da pesquisa*. Nos deteremos brevemente sobre a definição de cada uma destas etapas conforme elaborado por Kozinets.

O planejamento da pesquisa e do trabalho de campo é nada mais que a própria elaboração do tema e das questões de pesquisa e a preparação para o trabalho de

campo, como identificação da plataforma, comunidade ou contexto digital a ser pesquisada. A entrada netnográfica, consiste nas primeiras inserções ao campo, diz respeito ao como se aproximar, encontrar, alcançar, adentrar e investigar o campo digital, a cultura ou comunidade que deseja. Conhecer a plataforma, site ou aplicativo, a mídia utilizada e os primeiros contatos com o grupo a ser estudado fazem parte desta etapa. Posteriormente, em seu livro *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica on-line*, Kozinets (2014) engloba essas duas primeiras etapas – Planejamento e Entrada – o que ele denomina de *entrée* cultural.

Já a coleta de dados, diz não só o quando e onde coletar os dados sobre a cultura ou comunidade, mas também o como coletá-los: capturas de tela, *downloads*, questionários, entrevistas, rastreamento de comportamento digital, grupos, ou mesmo coleta e categorização de postagens, comentários, cópia de arquivos, arquivamento de mensagens de textos, áudio ou vídeo etc. que devem ser organizadas em pastas em computador ou programas de análise de dados de acordo com a categorização do próprio material, a partir da elaboração do pesquisador ou por meio de softwares de análise qualitativa. Segundo Kozinets (2014), haveria três formas de capturas de dados: *dados arquivais*, em que se copia diretamente as informações publicadas no digital, como fotografias, textos, mensagens, áudios etc.; *dados extraídos*, que se referem aos dados coletados pelo pesquisador por meio da interação com os membros, por meio de questionários, entrevistas, conversas informais etc.; e *dados de notas de campo*, que dizem respeito às notas das experiências vividas pelo pesquisador, sobre as práticas, interações e participação da comunidade, membros do grupo e práticas comunicacionais;

A análise e interpretação dos dados é referente a forma como aplicar os dados obtidos a análises teóricas e interpretativas, que pode ser relativa a depender da área de estudos, dos recursos metodológicos do pesquisador e de seu arsenal teórico. No que se refere à busca pela garantia de aplicações de padrões éticos nos procedimentos de pesquisa, em alguns casos, por se trabalhar com uma comunidade digital específica, na qual o pesquisador se inseriu e interage com os membros, é recomendado desde o princípio informar aos participantes sobre o seu trabalho de investigação, seja em conversas em bate-papo ou via e-mails etc. Outros elementos referentes à ética neste tipo de investigação e coleta de dados diz respeito a

divulgação de nomes ou *nicknames* (apelidos), endereços de e-mails ou perfis em outras plataformas ou redes sociais digitais.

Por fim, *feedback* com os membros do grupo e apresentação da pesquisa, dizem respeito à avaliação e apresentação do produto final da pesquisa, que tem o intuito de validar as interpretações sobre as observações realizadas, seja por parte dos próprios membros do grupo ou cultura pesquisada, seja por pares acadêmicos. O mesmo pode ocorrer em vários momentos, tanto *on-line* quanto *off-line* tendo o cuidado de conversar com os membros da comunidade estudada sobre os resultados observados, os artigos publicados etc. Os *feedbacks* são formas ricas de exploração e trocas durante a pesquisa. Neste sentido, “tais formas potencializam ainda mais os níveis de proximidade e a disseminação dos dados da pesquisa, além da possibilidade de alterações e correções de detalhes que, à primeira vista, também possam não ter ficado claros ao pesquisador” (AMARAL, 2009, p. 19).

De acordo com Kozinets (2010), a etnografia virtual deve levar em conta vários elementos dos dados coletados no digital, como a plataforma escolhida como objeto de observação, linguagem empregada pelos usuários, a história, os significados, os tipos de interação, bem como realização de exame dos textos, das mensagens, dos símbolos, das imagens, fotos, vídeos etc.

Para este mesmo autor, o ambiente digital nos oferece uma quantidade quase ilimitada de dados. Estes dados, por sua vez, geralmente são provenientes de um contexto em que as interações ocorrem “naturalmente”, ou seja, seriam espontaneamente produzidas e em muitos casos obtidos de modo não-intrusivo (KOZINETS, 2010). Vale destacar que a espontaneidade aqui sugerida diz respeito à produção não-artificial de respostas por meio de pessoas entrevistadas ou questionadas sobre um assunto específico por um pesquisador, por exemplo. De modo geral, “os dados são crus, autênticos, espontâneos, naturais, não induzidos, sem enfeites, poderosos, altamente contextualizados e, frequentemente, de uma criatividade espetacular” (KOZINETS, 2010, p. 02).

Corrêa e Rozados (2017) apontam algumas características da etnografia virtual que a diferencia da etnografia tradicional. A primeira característica apresentada pelos autores diz respeito a instantaneidade tanto dos grupos sociais estudados quanto dos materiais produzidos por esses grupos ou indivíduos no ambiente virtual. Ou seja, com a mesma velocidade em que podem ser produzidas, as informações digitais correm o

risco de serem desfeitas. Em contrapartida a este fenômeno de temporalidade instantânea, uma das possibilidades proporcionadas pelo digital seria o arquivamento de informações. Nesse sentido, apontam que:

Uma das vantagens do arquivamento eletrônico é permitir o acesso aos dados quantas vezes forem necessárias durante a realização da pesquisa. Dessa forma, o netnógrafo pode dedicar mais tempo ao processo de análise do que à coleta e à transcrição dos dados (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 05).

Amaral et. al. (2008), por sua vez, apontam algumas das vantagens no uso da etnografia virtual em comparação a formas de pesquisa face a face, por exemplo, tais como consumir menos tempo, ser menos dispendiosa e subjetiva, ser menos invasiva, bem como estar “fora de um espaço fabricado para pesquisa, sem que este interfira diretamente no processo como participante fisicamente presente” (AMARAL; et. al., 2008, p. 05). A autora também destaca a facilidade no acesso à informação em alguns casos de coleta de dados, visto que estes seriam criados textualmente pelos próprios sujeitos do ambiente pesquisado.

Uma etnografia virtual pode observar com detalhe as formas de experimentação do uso de uma tecnologia, se fortalecendo como método justamente por sua falta de receita, sendo um artefato e não um método protocolar, é uma metodologia inseparável do contexto onde se desenvolve, sendo considerada adaptativa e refletindo ao redor do método (AMARAL; et. al., 2008, p. 06).

Noveli (2010) também aponta algumas vantagens e desvantagens sobre a etnografia virtual. A primeira vantagem giraria em torno das ferramentas utilizadas para o desenvolvimento da etnografia virtual, mais do que do método em si, e também diz respeito a questão de economia de tempo, esforços e custos.

(1) o pesquisador pode extrair os discursos prontos da internet, praticamente automaticamente transcritos, sem precisar passar, por exemplo, por um protocolo de entrevista, com gravação e transcrição, o que também evitaria problemas com “caprichos da memória” (livrando o pesquisador do uso de notas de campo, para uma reflexão mais introspectiva do que retrospectiva). (2) uma vasta busca que pode ser feita online, diferentemente do que é feito na etnografia face a face, sendo os dados abundantes e fáceis de obter. (3) a validação pelo respondente é mais simples e conveniente, dado o baixo custo da comunicação mediada por computador, podendo ser feita por meio de uma página na *Internet* ou envio de material como anexo via e-mail

e ainda a possibilidade de utilização atualmente, de conversas face a face com programas como o Skype ou MSN Messenger. (4) A extração e a coleta de comentários dos informantes são também simplificadas pelo uso do e-mail (KOZINETS, 1998, 2002 *apud* NOVELI, 2010, p. 121-122).

Outra vantagem apontada por Noveli (2010) trata da flexibilidade tanto temporal quanto espacial de pesquisa em/dos/sobre contextos digitais. No que diz respeito a flexibilidade temporal, a pesquisa pode ser realizada com “dados gerados por meio de comunicação assíncrona, [...] os dados são armazenados no ciberespaço, esperando para serem baixados pelos pesquisadores quando conveniente” (DHOLAKIA; ZHANG, 2004 *apud* NOVELI, 2010, p. 122). Quanto a flexibilidade espacial, refere-se ao próprio conceito de campo, que passa de um local geograficamente delimitado para um campo digital, “que permitiria conduzir trabalhos de campo entre culturas e entre regiões” (DHOLAKIA; ZHANG, 2004 *apud* NOVELI, 2010, p. 123).

Outro aspecto de diferenciação diz respeito ao contato com os entrevistados. Em contrapartida com algumas características tomadas positivamente, como a facilidade e menor dispêndio de tempo, ou construção de um ambiente artificial de pesquisa, o trabalho efetuado puramente por meio de coleta de dados, ou mesmo entrevistas em ambientes digitais perderiam em termos de observação do gestual e do contato presencial que podem revelar certos elementos não expressos no discurso. Assim, para Noveli, “[...] algumas desvantagens da netnografia são: excesso de informação, não possibilidade de observar a linguagem corporal, foco em dados textuais, falta de confiança nos dados obtidos ou nas fontes, falsa noção de neutralidade” (NOVELI, 2010, p. 123).

Amaral (2007, 2009), em suas experiências de etnografia virtual faz um esforço para realizar uma autorreflexão sobre os limites, possibilidades e dificuldades enfrentados por ela na observação participante em grupos e em subculturas *electro-goth* e *electro-industrial*¹⁴ por meio do site *Last.Fm*¹⁵ que se desenvolvem na *Internet* e dependem das tecnologias. Em contrapartida às facilidades encontradas e descritas por vários autores(as), como exposto acima, Amaral (2009), aponta algumas

¹⁴ Gêneros musicais

¹⁵ Site com função de rádio *on-line* agregando uma comunidade virtual com foco em música onde são trocadas informações e recomendações sobre o tema. Disponível em: <https://www.last.fm/>. Acessado em 01/02/2021.

dificuldades que podem ser enfrentadas pelo pesquisador com relação à entrevista por meio de comunicação por mensagens. Ela afirma que:

Um grande retardador do processo de pesquisa reside justamente no fato de que, para o *insider*, as entrevistas feitas via Comunicador Instantâneo (CI) demoram um longo período para chegarem aos pontos mais centrais e relevantes para os objetivos da investigação. [...]. Em vista disso, são normalmente conversas bastante longas e, por vezes, fragmentadas em vários dias (AMARAL, 2009, p. 21).

Por fim, Amaral, (2009) também aponta algumas complicações relacionadas ao gênero, principalmente por ela estar inserida em uma subcultura predominantemente masculina. Portanto, algumas das formas de discussões e os comentários sobre determinados assuntos e tópicos abordados, como gostos por determinados(as) cantores(as), músicas, ou envolvendo discussão sobre mulheres, segundo ela aponta, pode sofrer influência da concepção de gênero e, portanto, devem ser alguns pontos para reflexão.

Uma segunda característica discutida por Corrêa e Rozados (2017), diz respeito à natureza ao mesmo tempo pública e privada dos dados compartilhados, o que impõem alguns desafios éticos que precisam ser pensados e problematizados pelos pesquisadores em relação aos já estabelecidos métodos éticos da pesquisa num plano *off-line*, mas que garanta a transparência do processo (CORRÊA; ROZADOS, 2017). Para estes autores, a simples transposição de procedimentos de pesquisa de contexto *off-line* como a distribuição de consentimentos livre esclarecido¹⁶ pode ser inviável em algumas situações de contexto de pesquisa digital por exemplo, pois, “a simples transposição dessa recomendação para outro contexto, sem analisar as suas singularidades, pode gerar muitos equívocos e empecilhos para o avanço do conhecimento, especialmente tratando-se de estudos realizados com abordagem etnográfica na *Internet*” (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 05).

Tendo em vista as problematizações, vantagens e desvantagens, e implicações éticas e metodológicas apresentadas pela etnografia virtual, Amaral (2009) propõe que realizemos uma reflexão sobre nossas próprias posições enquanto pesquisadores(as), nossas práticas e protocolos metodológicos que utilizamos ao

¹⁶ Documento que explica, em linguagem clara e objetiva, todos os procedimentos, termos e garantias de preservação de identidade, sigilo dos dados fornecidos etc. ao aceitar ser um sujeito de pesquisa em um determinado protocolo.

longo de nossa pesquisa. De pronto, ela nos coloca que a prática de inserção no digital faz do pesquisador, não só pesquisador, mas também participante, usuário daquela tecnologia específica ou subcultura estudada. Nesse sentido, enfrentamos dificuldades como a familiarização com as plataformas e tecnologias utilizadas, inserção no grupo, métodos de coleta de dados, entrevista etc. (AMARAL, 2009).

A autora propõe uma autorreflexão do “fazer netnográfico”, que ela denomina de “autonetnografia”, e aponta que este não é um método de pesquisa em si, mas uma forma de autoavaliação sobre a condução de sua pesquisa digital, na qual devemos refletir segundo os passos da etnografia virtual, conforme apresentado por Kozinets (2010). Para Amaral, nesse sentido,

A autonetnografia é aqui compreendida como uma ferramenta reflexiva que possibilita discutir os múltiplos papéis do pesquisador e de suas proximidades, subjetividades e sensibilidades na medida em que se constitui como fator de interferência nos resultados e no próprio objeto pesquisado. Essa ferramenta também é focalizada e compreendida como possibilidade de relato escrito em primeira pessoa, na qual elementos autobiográficos do pesquisador ajudam a desvelar diferentes contornos e enfrentamentos do objeto de pesquisa em um fluxo narrativo de cuja análise sujeito e objeto fazem parte (AMARAL, 2009, p. 15).

Pensando na discussão sobre o método da etnografia virtual elaborada até aqui, e nas etapas apontadas por Kozinets (2010, 2014), a seguir trataremos brevemente como se deu o planejamento para o desenvolvimento desta pesquisa, nossa aproximação com o campo, a coleta de dados, as interpretações dos dados coletados, bem como alguns pontos sobre a aplicação de padrões éticos da pesquisa e o *feedback*. Apresentaremos não só uma descrição das etapas sugeridas por Kozinets (2010, 2014), mas também uma tentativa de reflexão sobre o desenvolvimento destas etapas como sugerido por Amaral (2009) ao propor aos pesquisadores a realização de uma autonetnografia.

2.2. Ingresso no *Tinder* e procedimentos metodológicos

No que concerne às duas primeiras etapas, referentes a *entrée* cultural, a aproximação com o campo se deu com pesquisas exploratórias no blog do aplicativo *Tinder* e em páginas oficiais e não-oficiais do aplicativo no *Facebook*. Esta etapa de

observação de pesquisa sobre o campo antes do ingresso em si, condiz com o que aponta Noveli ao sugerir que ao se tratar da cibercultura,

O contexto se re-configura, e hoje e no futuro, talvez antes de o etnógrafo ir ao local físico de encontro de um grupo, ele poderá ir à página daquele grupo na internet, ver as atividades do grupo filmadas digitalmente, analisar as discussões online, e se ambientar ou ter a experiência virtual, antes da observação e da aproximação em si, o que poderá abrir portas, ou fechar portas, em função da experiência do etnógrafo, e de como a pesquisa for conduzida. As possibilidades foram apresentadas, resta agora ir a campo, onde quer que ele esteja (NOVELI, 2010, p. 130).

Esta etapa não só condiz com o sugerido pelo autor acima, mas, com o que também fora proposto por Kozinets (2010, 2014) com a primeira etapa de aproximação e planejamento da pesquisa e do trabalho de campo, onde essa primeira aproximação proporciona benefícios à própria elaboração do tema e de questões de pesquisa e a preparação para o trabalho de campo, como identificação da plataforma ou comunidade digital a ser pesquisada.

Em seguida, com a instalação do aplicativo *Tinder* via serviço da *Google Play Store* no começo do mês de abril de 2019, realizamos a edição do perfil e definição das configurações e parâmetros de busca de perfis de outros(as) usuários(as). Como criamos o perfil a partir de minha conta no *Facebook* meu nome de usuário no *Tinder* era o primeiro nome apresentado no *Facebook*, neste caso, meu segundo nome, Ariel, e minha idade no aplicativo referente a minha real idade naquele momento, 25 anos, e em sexo, até então restrito às opções “homem” ou “mulher”, definimos como homem. Foram escolhidas nove fotos, limite máximo de fotos para compor o perfil, que mais me agradavam dentro da minha galeria de fotos pessoais, e que eu julgava que poderiam despertar certo interesse nas demais usuárias que as visualizasse. A descrição de perfil é tida como um elemento importante para ser ou não curtido no aplicativo tanto quanto a foto, nesse sentido, embora sem muitas ideias, descrevi brevemente minha naturalidade, que estava no curso de mestrado em Sociologia da UFPB, e alguns gostos pessoais como cinema, praia, viagens.

Nas configurações definimos meu número de telefone; na função *Mostre-me*, que te permite escolher qual o sexo das pessoas que serão exibidas, fora ativada tanto a opção “homens” quanto “mulheres”; em *Distância máxima* um raio de 60km (sessenta quilômetros); e em *Faixa etária* configuramos para ser exibida a idade

mínima, 18 anos, e máxima, 55+ anos. Essas configurações foram definidas para que aparecessem o máximo possível de perfis de usuários(as) em João Pessoa, e proximidades. A necessidade de visualizar esse máximo possível de perfis se deu para que pudéssemos tentar entender como se dá a construção dos perfis entre “homens e mulheres”, bem como perceber elementos comuns entre os perfis observados. Visto que o aplicativo *Tinder* nos apresenta pessoas de uma determinada distância geográfica mínima e máxima, optamos pela delimitação de 60km que abrange a cidade de João Pessoa na Paraíba, nosso local de residência até então. A restrição geográfica não prejudicaria a coleta de perfis em grande quantidade, além de nos proporcionar maiores condições de reconhecer possíveis linguagens regionais usadas para dizer algo sobre nosso assunto de análise

Ao completar a edição de perfil iniciamos a fase de coleta de dados da pesquisa no *Tinder*. Os dados coletados consistem em perfis de usuários(as) do aplicativo com descrições e/ou fotos com características que se demonstrassem padronizadas e/ou recorrentes, sendo possível elaborar categorias explicativas distintas para cada “tipo” de usuário, formas de uso e/ou objetivo no aplicativo para serem analisados, e a partir deles pudessem ajudar na compreensão do objeto pesquisado. Com base nisso, esses perfis eram salvos por meio de captura de tela do celular e foram categorizados *a posteriori*.

A priori fora elaborado o projeto de pesquisa com duas fases de coleta de dados. A primeira sendo um ingresso no aplicativo escolhido apenas como usuário, na qual seriam realizadas tanto a coleta dos perfis, quanto uma interação exploratória com usuárias, tecendo diálogos informais, sem roteiro direcionados a pesquisa. Em seguida, seria elaborado um reingresso no aplicativo, agora com um perfil identificado como de um pesquisador do tema, com objetivos claros voltados para a pesquisa, para que fossem realizadas entrevistas temáticas e semiestruturadas com usuários(as) que se interessassem em participar.

A primeira parte chegou a ser realizada, tanto a coleta de dados quanto a interação com outras usuárias. Nesse sentido, apesar de ter definido as configurações conforme descritas acima, nesta primeira fase como a intenção era o ingresso como um usuário do *Tinder*, minhas escolhas para *like* se davam por meio de critérios pessoais. Ou seja, eu curti outros perfis segundo elementos que me atraíam ou que me despertavam interesse ou curiosidade, da mesma forma que assim seria, caso

realmente estivesse ali apenas como um simples usuário. Desta forma, meus parâmetros para dar os *likes* em outros perfis se resumiram, de forma geral, a perfis de mulheres com idade entre 18 e 27 anos, segundo minha percepção de beleza e atração, ou com uma descrição de perfil que contivesse algum elemento que pudesse ser questionado e problematizado dentro da pesquisa.

Nesta primeira fase da pesquisa por ingressar no aplicativo como um usuário, não me identifiquei como pesquisador, nem na descrição ou fotos do meu perfil, nem durante o estabelecimento de um diálogo inicial. Entretanto, caso a conversa com as usuárias com quem eu tive um *match* se estendesse para além do aplicativo *Tinder*, seja via *Whatsapp* ou encontros pessoais, então a informava sobre o desenvolvimento da pesquisa e do envolvimento dela com esta fase inicial.

Essa investida exploratória às experiências dos usuários com o aplicativo se deu para que pudéssemos ter contato com a situação a ser pesquisada considerando que a investigação exploratória tem como “objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (OLIVEIRA, 2011, p.20). Todos estes passos descritos aqui, condizem com a segunda etapa sugerida por Kozinets (2010, 2014) referente a entrada netnográfica, que neste sentido consistiria nas primeiras inserções ao campo, ou como se aproximar e investigar o digital, conhecendo melhor não só a plataforma, site ou aplicativo, a mídia utilizada, mas também as formas de interação a partir dos primeiros contatos com o grupo ou contexto estudado.

Entretanto, como sabemos bem, os caminhos a serem percorridos, objetivos, métodos e o próprio desenvolvimento da pesquisa podem ser revistos inúmeras vezes e mesmo modificados. Com isso em mente, o mesmo se deu durante o início deste trabalho, conforme descreverei a seguir.

O início do desenvolvimento desta pesquisa se deu logo no ingresso no curso de mestrado, que a pedido da orientadora, fora iniciado para observar o objeto, pensar estratégias e, claro, adiantar quanto possível a coleta de materiais a ser analisado. Durante a coleta dos perfis de usuários(as), ao conversar com colegas mulheres que também utilizam o *Tinder*, estas expunham que o público que me fora “ofertado” no aplicativo, tanto homens quanto mulheres, eram diferentes daqueles(as) usuários(as) exibidos para elas, usuárias do sexo feminino. Elas então me descreveram, bem como

me mostraram em certos momentos alguns “tipos” de perfis comuns a elas no aplicativo, confirmando assim que o público exibido para alguém que se identifica como sendo do sexo masculino difere em alguns aspectos daqueles que se identificam como sendo do sexo feminino.

Ao encerrar a primeira fase pensada para o desenvolvimento desta pesquisa (coleta de perfis e interação informal com usuárias) fora realizada a defesa do projeto¹⁷, ocorrida no início de dezembro de 2019, sendo apresentado aos membros da banca os dados coletados até o momento e também algumas questões, como a descrita acima. Em discussão durante a defesa do projeto, fora sugerido pela orientadora, e aceito também pelos membros da banca, que fosse realizada nova coleta de dados, agora com um perfil do sexo feminino, para que pudéssemos comparar possíveis divergências e semelhanças, objetivos e critérios utilizados pelos usuários e etc.

Devido ao elevado número de perfis coletados no primeiro momento, bem como a relevância do que apresentavam, fora sugerido também que ao menos neste momento em que me encontrava no mestrado, seria melhor não realizarmos a segunda fase pensada para o desenvolvimento desta pesquisa, qual seja, reingresso no *Tinder* como pesquisador para realização de entrevista. Nesse sentido, a pesquisa se deteria, por enquanto, à análise dos perfis dos(as) usuários(as), suas descrições e fotos. Portanto, logo após a defesa de projeto, o mesmo fora revisto e repensado para abarcar apenas esta fase inicial de coleta e análise dos perfis de usuários(as).

Desse modo, a coleta desses perfis acabou dividida em duas partes. A primeira com um perfil do sexo masculino, cuja coleta de dados fora realizada no mês de abril e maio de 2019, e a segunda parte realizada com um perfil do sexo feminino, cuja coleta de dados fora realizada entre os meses de dezembro de 2019 e janeiro de 2020.

Para esta segunda parte de coleta de perfis fora refeita uma conta no aplicativo *Tinder* utilizando apenas uma foto feminina escolhida a partir do *Google imagens*, sem exibição do rosto, um nome fictício e sem descrição de perfil. Também não fora realizada nenhuma interação com demais usuários(as).

¹⁷ Primeira das três fases obrigatórias de defesa de dissertação ou tese no Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFPB como forma parcial para obtenção de título, seguida da qualificação e da defesa de dissertação ou tese.

Nesta etapa de coleta de dados, é interessante apontarmos alguns elementos específicos sobre o trabalho aqui desenvolvido em comparação ao sugerido por Kozinets (2010, 2014), além de outros trabalhos, os quais tiveram especificamente o *Tinder* como objeto de discussão e que se utilizaram de técnicas variadas para a coleta de dados nesta plataforma específica.

No que se refere a fase de coleta de dados apontada por Kozinets (2010, 2014) temos que, esta etapa diz respeito não só ao quando e onde coletar os dados, mas também a como coletá-los: capturas de tela, *downloads*, questionários, entrevistas, rastreamento de comportamentos digitais, grupos, ou mesmo coleta e categorização de postagens, comentários, cópia de arquivos, arquivamento de mensagens de textos, áudio ou vídeo etc.

Como destacado anteriormente, no espaço exclusivamente virtual *on-line* haveria três formas de capturas de dados: dados arquivais, os dados extraídos, e dados de notas de campo. Embora tenha sido planejado inicialmente realizar a coleta dos perfis, ou seja, realizar a coleta de dados arquivais, visto que estes são elaborados de formas “espontâneas” pelos próprios usuários, e coletados por meio de captura de tela e arquivamento no computador, havia sido planejado também conversas informais e entrevistas temáticas. Esta segunda parte da coleta de dados, referente aos dados extraídos, seriam realizadas por meio da própria função de bate-papo do *Tinder* bem como a possibilidade de migração para outras plataformas como o *Whatsapp*, onde as conversas seriam arquivadas e analisadas posteriormente. Caso houvesse a necessidade, haveria também a possibilidade de entrevistas presenciais com usuários(as), visto que uma técnica não exclui ou se opõe a outra. Nesse sentido, como apontado anteriormente, optou-se em elaborar uma pesquisa voltada apenas para a análise de dados arquivais, na figura dos textos de descrições e das fotos e imagens dos perfis coletados.

É claro que uma técnica não precisa vir descolada da outra, podendo ser realizadas tanto a observação e coleta de informações de um grande número de usuários de uma plataforma e em seguida a seleção de alguns membros para entrevistas mais aprofundadas, por exemplo. Ambas se complementam, mas, a restrição de uso de uma ou outra também não anula a validade da pesquisa em si, estando a escolha de métodos mais ligado ao objetivo do pesquisador, ou fatores

externos como tempo para a realização da pesquisa, os recursos financeiros, tamanho da equipe de trabalho etc.

Em suma, o pesquisador deve permanecer consciente de que está observando um recorte comunicacional textual das atividades de uma comunidade online, e não a comunidade em si, composta por outros desdobramentos comportamentais além da comunicação (gestual, apropriações físicas, etc.), sendo essa a principal diferença entre o processo etnográfico e a observação netnográfica (AMARAL *et. al.* 2008, p. 09).

Outro ponto importante a ser destacado, refere-se à busca pela garantia de aplicações de padrões éticos nos procedimentos de pesquisa e o *feedback* com os membros do grupo. Fomos questionados algumas vezes quanto à possibilidade de não estarmos seguindo um padrão ético de pesquisa ao ingressar no *Tinder* sem uma identificação como pesquisador e interagir, tanto quanto possível, como apenas mais um usuário do aplicativo. Assim como sugerido pelos autores apontados anteriormente, é recomendado desde o princípio informar os participantes sobre o seu trabalho de investigação, no entanto, me resguardei sob alguns pontos específicos a respeito da pesquisa. Um deles dizia respeito à ideia de que, nesta fase inicial planejada para a coleta de dados, e cancelada posteriormente, a interação com usuárias que eu obtive *match* não tinha como intenção coleta de dados em si. As interações estabelecidas tinham o princípio meramente de conhecer a dinâmica do aplicativo, como se davam, de certo modo, as interações com seus *matches* e o objetivo de pensar questões específicas para a elaboração de um roteiro temático para entrevistas na segunda fase da coleta de dados. Portanto, não havia a pretensão de utilizar as conversas estabelecidas informalmente sem conhecimento das usuárias nesta pesquisa.

Ainda sobre este tópico, sobre o que diz respeito ao caráter tanto público quanto privado dos dados publicados na rede, nesse caso específico representado na figura dos perfis coletados. Os perfis coletados e utilizados nesta pesquisa possuem um caráter público ou privado? Por um lado, seriam públicos, visto que estão em um aplicativo em que qualquer um que também possua um perfil no *Tinder* obteria acesso a estes perfis. Mas, ao mesmo tempo, possuem um caráter privado, posto que são elaborados por pessoas físicas, com fotos e informações pessoais, como número de telefone, endereço de *e-mails* ou outras redes sociais digitais como *Instagram*.

Infelizmente a resposta não é tão simples, e certamente não se enquadra em um padrão dual. Portanto, neste sentido, os dados foram tratados como possuindo um caráter duplo, ou seja, tanto público quanto privado. Talvez esta terceira opção seja a mais viável nesses casos: considerar esses dados (fotos, textos, áudio etc.) ao mesmo tempo público e privado. Partindo desta concepção, seria possível estabelecer um meio termo referente à sua utilização para fins de pesquisa como esta. Considerando os perfis coletados como público isso permitiria sua coleta para análise de cunho social, cultural, político etc., ao mesmo tempo em que os considerando dados privados, visto serem de pessoas particulares, impõe ao pesquisador a necessidade de cuidado ao tratá-los em sua pesquisa para que não haja a divulgação de fotos, nomes ou *nicknames*, endereços de e-mails ou perfis em outras plataformas ou redes sociais digitais que possam identificar ou prejudicar de alguma forma a pessoa cujo dado está exposto na pesquisa. Para tanto, optamos por utilizar diretamente a imagem capturada de um ou outro perfil coletado como exemplificador da discussão a ser realizada, tomando o cuidado de ocultar o rosto, nome, endereços de e-mails ou alguma outra informação que possa identificar a pessoa tratada na discussão.

O outro elemento apresentado anteriormente refere-se ao *feedback* com os membros do grupo, ação cada vez mais comum e recomendada na própria antropologia. Como apontado anteriormente por Corrêa e Rozados (2017), algumas pesquisas em/dos/sobre contextos digitais, como a coleta de inúmeros dados, publicações e comentários de usuários pode tornar inviável o ato de entrar em contato com cada indivíduo para que possa ser solicitada tanto permissão para coleta e utilização de seu conteúdo publicado, quanto a obtenção de um *feedback*, seja pela impossibilidade de contatar usuários específicos ou uma infinidade de usuários, por não estar disponível nenhuma forma de contato, etc. No caso específico do *Tinder*, o contato com o outro(a) usuário(a) depende do *match*, ou seja, da correspondência de um usuário para com o outro.

Esta solicitação de autorização para utilização dos dados fornecidos, seria realizada com os usuários que realizassem a entrevista que fora planejada inicialmente para a segunda fase de coleta de dados. Entretanto, visto que este trabalho se restringiu a análise apenas dos perfis, houve a impossibilidade de contatar os usuários que tiveram seus perfis coletados para a realização desta investigação.

Assim, em alguns casos cabe, portanto, uma mediação ética sobre o tipo de dado coletado e a forma como é divulgada pelo pesquisador, tomando o cuidado de não expor informações que possam ser sensíveis, seja referente ao conteúdo, ou a fotos, nomes, números de telefone ou endereço de *e-mail*.

Em suma, o maior desafio colocado ao netnógrafo é optar entre realizar uma pesquisa nos moldes éticos tradicionais, sob o risco de não conseguir coletar dados e informações que enriqueceriam seu estudo e permitiriam uma ampliação do conhecimento existente sobre um determinado tópico, ou buscar formas de adaptar os padrões éticos às características do ambiente digital mesmo que isso venha a acarretar em algum tipo de desvio dos princípios éticos consolidados na pesquisa *off-line* (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 07).

Por fim, quanto a análise e interpretação dos dados coletados por meio do aplicativo *Tinder* consideraremos uma análise relacional dos sujeitos usuários do *Tinder* com o aplicativo, com outros usuários e os discursos expostos no aplicativo com o contexto que se apresenta fora dele. Para tanto, inicialmente, devemos considerar que a etnografia em/dos/sobre contextos digitais, ou etnografia virtual não se reduz as experiências e as práticas apreendidas ou realizadas de forma *on-line*. Isto é, “uma abordagem etnográfica da *Internet* deveria incluir seguramente pesquisas *on-line* e *off-line*” (MILLER; SLATER, 2004, p.43). O exposto revela a relação cada vez mais direta e fronteiras cada vez menos definidas entre fenômenos que ocorrem no âmbito *on-line* com aqueles que emergem das relações *off-line*, o que nos permitiria o estabelecimento de uma continuidade na prática que podem ter efeitos relacionais entre o *on-line* e o *off-line* (FIGUEIREDO, 2016; LANKSHEAR; et. al., 2015; MISKOLCI, 2016; NOVELI, 2010).

A história mostra vários precedentes que relacionam transformações sociais e a chegada de novas tecnologias de comunicação. A prensa de tipos móveis no século XV, que permitia a impressão em maior velocidade de textos e livros, que por sua vez se tornaram mais abundantes. Renascença, revolução científica e a reforma de Lutero utilizaram dessa tecnologia para propagar seus ideais. Em 1895 com o cinematógrafo, o cinema era visto como uma curiosidade passageira, mas acabou que se tornou a porta de entrada para outros produtores, se consolidando como mercado e cultura. Em 1917, com a Revolução Russa, o governo bolchevique viu aí uma peça importante de propaganda que poderia sustentar e propagar o regime. O mesmo vale para o rádio

durante o período nazista. O regime nazista obrigou as fabricantes a produzir o modelo de rádio oficial do regime, o VE301, a qual era equipado para captar apenas as transmissões internas do regime. No século XXI, por sua vez, podemos citar o uso da *Internet* e suas plataformas de propagação de conteúdo. Embora haja uma pretensa democratização na produção de conteúdo em ambientes digitais, apoiadores de certa ideologia política são incentivados ou levados a consumirem informações apenas de fontes que propaguem a ideologia com que se identifica (BRASIL, 2019).

Aqui temos que a tecnologia proporcionou certa força de propagação para essas transformações sociais, culturais e políticas, mas essas esferas não são meramente influenciadas pela tecnologia, da mesma forma que a tecnologia não é apenas passiva da vida em sociedade.

É claro que o entremeio entre tecnologia e sociedade não é simplesmente uma linha reta em que a primeira induz transformações diretas na outra. Os estudos sociotécnicos, a filosofia da técnica e a teoria ator-rede de autores como Bruno Latour, Gilbert Simondon e Vilém Flusser, entre outros, nos apontam para as complexas relações entre humanos e tecnologia. Já não podemos dizer que a tecnologia é apenas produto da sociedade e nem que os efeitos sociais são apenas produto da tecnologia, mas sim que uma coisa influencia a outra (BRASIL, 2019, p.23).

Essas formas de se relacionar com o outro e com diversos conteúdos, mediados pelo digital é denominado, por alguns autores, de “*práticas relacionadas à internet*”, que preferem essa expressão ao invés de “*práticas on-line*”. Isso porque a segunda expressão demonstra uma ruptura entre o que se faz *on-line* e o que se faz *off-line*, enquanto “*práticas relacionadas a internet*” permite o estabelecimento de uma continuidade na prática que podem ter efeitos relacionais. (LANKSHEAR; et. al., 2015). Nesse sentido, embora, em alguns momentos, façamos uma distinção, de efeito classificatório, entre *on-line* e *off-line*, é importante salientar que as práticas “na *Internet*” carregam muito das práticas aprendidas em contextos que não se utilizam dela, e vice-versa, o que nos leva a uma fronteira muito menos definida entre o mundo físico e o digital. Assim, essas práticas relacionadas à *Internet*, como afirmam Lankshear; et. al. (2015)

[...] existem no tempo e no espaço e se movimentam ou “viajam” através do tempo e do espaço. Hoje, de modo geral, o que fazemos *on-line* está intimamente ligado a coisas que fazemos *off-line*,

estendendo-se desde o passado para o futuro (p. ex., o que abordamos nos blogues ou inserimos em nossos perfis no facebook). Assim, práticas como a de bloguear ou ser um blogueiro viajam sem interrupção através e entre aspectos ligados de nossa vida em espaços físicos e virtuais (LANKSHEAR; et. al., 2015, p.204).

Destarte, as práticas *on-line* podem estar carregadas de elementos aprendidos e característicos da interação social *off-line*, onde nossos comportamentos baseiam-se em relacionamentos e experiências de nosso mundo físico, “por corpos e mentes materiais situados no mundo material, rodeados por equipamentos desse contexto material e com frequência valendo-se deles, e interagindo com quem quer que esteja nesse espaço” (LANKSHEAR; et. al., 2015, p. 204). Por outro lado, teríamos também, práticas voltadas para o “mundo *on-line*” cuja efetivação se dá, em boa parte, no “mundo *off-line*”. Para nos referirmos a essa característica mútua entre *on-line* e *off-line*, físico e virtual utilizamos o conceito de “*digital*”, capaz de abarcar essa continuidade e essa fronteira cada vez mais fluida.

De tal modo, será possível perceber, como se tentará fazer durante toda esta pesquisa, as implicações que uma exerce na outra, não sendo possível pensarmos, de forma prática, estes dois elementos, *on-line* e *off-line*, de formas separadas para além da análise meramente descritiva. Nesse sentido, temos que considerar que a tecnologia em si não é nem boa nem má. Mas as tecnologias são feitas, utilizadas, apropriadas e transformadas por pessoas, da mesma forma em que estas acabam reestruturando comportamentos humanos. Assim a utilização de tecnologias colabora para a propagação ou transformação de certos comportamentos sociais, num processo mútuo, ou dialético de manutenção e transformação da sociedade e da própria tecnologia. Desta forma, temos que

[...] a tecnologia também é feita por pessoas, e que pessoas são feitas de interesses, culturas e contextos sociais, econômicos e políticos. Quando os interesses políticos de um determinado momento histórico encontram nas tecnologias disponíveis uma ferramenta que os permite manipular a realidade, o que temos é a tempestade perfeita (BRASIL, 2019, p.24).

Nesse sentido, será tratado aqui não somente as práticas relacionais e recorrências discursivas dos usuários do *Tinder* no aplicativo, mas, quanto possível, as formas como estes fenômenos se relacionam contextualmente com um cenário

social, cultural e político mais amplo, e como este mesmo cenário implica em formas de agir e pensar a si mesmo e ao outro dentro do aplicativo. Isso porque

[...] importa considerar que se limitar à pesquisa on-line não necessariamente implica que contextos mais amplos se tornem invisíveis ao pesquisador. Era claramente possível – e, de fato, necessário – [...] contextualizar o que foi observado em termos de aspectos como discursos sobre sexualidade, a estrutura normativa de instituições como a família, a distribuição de expertise tecnológica em termos de gênero, e assim por diante (MILLER; SLATER, 2004, p.45).

Desta feita, é preciso ter em mente que para entendermos os comportamentos e os discursos dos sujeitos no *Tinder* é necessário prestarmos certa atenção à relação em que estas práticas e estes discursos têm com o aplicativo, com os outros usuários e com fenômenos da sociedade a nossa volta. Por sua vez, a forma com que esses usuários se expressam no aplicativo não é um mero resultado do contexto *off-line* em que habitam, mas uma relação complexa entre o *off-line* e o *on-line* (MILLER; SLATER, 2004), onde a relação entre ambos produz os efeitos que percebemos e que é destacado aqui.

Para entender o porquê de alguns(mas) usuários(as) do aplicativo explicitarem em suas descrições de perfil o que buscam ou não, o que esperam ou não no outro, ou mesmo para compreendermos a recusa de muitos(as) em aceitarem curtir ou serem curtidos(as) por usuários(as) de ideologias políticas e partidárias distintas é necessária uma certa compreensão de suas práticas, e posicionamentos dentro e fora do aplicativo. Ao mesmo tempo devemos tomar por certo que o primeiro não é um mero efeito do segundo, que o fenômeno observado no aplicativo, não é apenas efeito ou consequência do que temos fora dele. Por outro lado, temos que a forma como os usuários posicionam-se no aplicativo também proporcionará efeitos fora dele, no que seria, portanto, o *off-line*. Escolher este(a) e não aquele(a) baseado em sua descrição de perfil, sua foto, sua ideologia política etc., os tipos de relações que se busca no aplicativo e as maneiras com que os usuários se comportam trará este e não aquele efeito para sua vida fora do aplicativo. Porém, vale ressaltar que este último não é necessariamente o objeto de investigação nesta pesquisa. Para o seguinte autor:

Vivemos um momento da vida em que nossas predileções, nossa mobilização, nosso gosto, nosso afeto, nosso posicionamento crítico, são reunidos em interfaces virtuais de relacionamento que nos

transformam em actantes, cuja forma subjetiva é materializada na figura do perfil (MALINI, 2016, p.02).

Tomando deste modo, temos que o objeto de pesquisa deste trabalho é, portanto, a análise dos perfis dos usuários do *Tinder*. Por sua vez, é preciso ter em mente que aquilo que os usuários trazem para o aplicativo está relacionado com o que experienciam dentro e fora dele, tais relações, afetos e experiências mediadas pelo aplicativo terá repercussões para além do aplicativo, de modo que a forma com que encararão o mundo a partir daí possuirá, salvaguardando certas proporções, relação com essas experiências mediadas.

Para esta análise dos dados, foram feitas a categorização dos perfis de forma comparativa e interpretadas a partir da literatura pertinente. Dessa forma, apresentamos as narrativas dos(as) usuários(as) em seus perfis, analisando e discutindo seus discursos e representações sobre a temática, tentando identificar como se constitui o critério de busca e efetivação das experiências afetivo-sexuais dos usuários de João Pessoa - PB neste aplicativo.

Ao analisarmos os dados coletados, fora possível identificar recorrências discursivas e padrões estéticos na elaboração dos perfis que remetem ao contexto *off-line*, do qual trataremos aqui. Em outros termos, o cenário *off-line* relacionado no *on-line*. Nesse sentido, no contexto específico deste trabalho, partiremos do *on-line*, mediante os perfis coletados no *Tinder*, analisando-os e relacionando-os contextualmente dentro do cenário social, cultural e político brasileiro mais amplo. É percebido ao longo das discussões que embora cada usuário(a) opte por uma descrição específica em seu perfil, aferindo certa liberdade de agência destes sujeitos, é possível apreender recorrências discursivas e estéticas que remetem um cenário contextual mais amplo. E como este cenário contextual mais amplo está relacionado e identificado nos perfis coletados, além é claro, da forma como o *on-line* é utilizado aqui para a busca de relacionamentos sexuais e afetivos, que trataremos neste estudo.

Ao tratar da relação contextual em que os perfis se encontram não se tem como objetivo negar a capacidade de agência dos sujeitos, mas sim o de compreender as relações a partir do que é exposto nos perfis. As ações desses usuários, apresentação de si, critérios de escolha do outro, elaboração do perfil etc., estão inseridas em uma relação complexa e simbiótica entre os sujeitos com o aplicativo, dos sujeitos uns com

os outros, através das posições, das disputas e das parcerias voluntárias e involuntárias, conscientes ou não entre os próprios sujeitos usuários do aplicativo representados pelos seus perfis e também entre os sujeitos com um contexto mais amplo, *on-line* e *off-line*, que conjuntamente compõem essa rede complexa de relações. Pensando “como os sujeitos se pensam sujeitos” (MALINI, 2016, p.10) dentro do aplicativo, temos que

Um perfil existe porque está em relação com o Outro (seguidor, amigo, inscrito etc). Um perfil resulta de seu entrelaçamento com outros perfis, fazendo de sua ação na rede sempre uma ação associada para afirmar um conceito que para se distanciar ou se aglutinar a conceitos e dinâmicas mobilizadoras próprios (MALINI, 2016, p.10).

Nesse sentido, trataremos não só das relações entre sujeitos usuários(as) com o aplicativo, mas também da relação destes com outros usuários(as) e o próprio meio em que estas relações e usos do aplicativo se fazem. No entanto, temos ciência dos limites desta pesquisa, principalmente no que diz respeito ao emprego metodológico na coleta de dados, limitados aos perfis, ou seja, a falta de entrevistas com sujeitos usuários do *Tinder*. Esta limitação, torna facilmente reconhecível o fato de que há um déficit no que concerne a análise da forma com que as ações no aplicativo afetarão o contexto *off-line* dos usuários cujos perfis analisamos aqui. De outro modo, como isso nos impede de discorrer mais amplamente sobre como as ações relacionais entre sujeitos e as formas como o aplicativo é utilizado na busca de relacionamentos sexuais e afetivos refletirão no *off-line*.

2.3. Perfis coletados e categorias explicativas

Como descrito anteriormente, a fase de coleta de dados da pesquisa serviu para observar e coletar perfis de usuários de ambos os sexos, gêneros e sexualidades distintas, como será abordado adiante, de acordo com elementos constitutivos de seus perfis que despertassem curiosidade, interesse, ou que fosse percebido como formativo de um certo padrão, constância ou recorrência discursiva entre os(as) usuários(as). Nesse sentido, não foram coletados perfis de usuários(as) que não possuíam textos descritivos, ou cujo texto e/ou foto não forneciam algum dado relevante sobre sua forma de uso do aplicativo, critérios de busca, interesses etc.

Com base nisso, foram coletados 611 (seiscentos e onze) perfis, nos utilizando de um perfil com apresentação masculina nos meses de abril e maio de 2019 e 608 (seiscentos e oito) nos utilizando de um perfil com apresentação feminina, cuja coleta fora realizada entre os meses de dezembro de 2019 e janeiro de 2020, somando um total de 1219 (um mil duzentos e dezenove) perfis coletados e separados em categorias e subcategorias distintas. Alguns deles continham elementos que nos permitiram alocá-los em mais de uma categoria. Estas foram sendo criadas conforme percepção de padrões ou recorrências discursivas entre os perfis coletados dos usuários do aplicativo, portanto, os elementos no próprio perfil de cada usuário deram o tom para a elaboração dessas categorias e subcategorias.

A partir da observação do material coletado foram elaborados os seguintes grupos categóricos:

1. **“Venda de bens e serviços”** - Pessoas ou empresas que anunciaram vendas de bens ou serviços por meio de seu perfil no aplicativo:

Muitas redes sociais são utilizadas hoje para promoção de serviços e venda de produtos, *Facebook* e *Instagram* são alguns exemplos. O *Tinder*, embora não tenha o propósito de realizar vendas, sendo inclusive proibido em suas normas, não está totalmente isento desse tipo de uso. Nesse sentido, nos deparamos com alguns perfis que contribuíram para a criação desta categoria. Nos perfis coletados aqui, há apenas 01 (um) voltado especificamente para vendas de algum tipo de produto, o de um *“Bazar de desapego”* que, no entanto, não especifica quais os tipos de produtos que fornece. De outro lado, os demais perfis encontrados se relacionam a vendas de serviços como corte de cabelo e barba, de uma boate e também massagens, como massagem tântrica, dando destaque ao fato de que a massagem é realizada *“com o máximo de respeito e sigilo”*.

Apesar desse tipo de troca ser estabelecida no aplicativo, o *Tinder* proíbe o uso de uma conta para esses fins em suas “Regras da comunidade” no tópico “Promoções e convites” onde afirma que

Convidar outros usuários no *Tinder* é proibido. Tudo bem convidá-los para alguma atividade de que você estará participando, mas, se o propósito do seu perfil é anunciar o seu evento ou negócio, sua organização sem fins lucrativos, sua campanha política, o concurso de que você está participando ou a pesquisa para a qual você precisa de voluntários, é possível que excluamos a sua conta. É muito legal que

você vá fazer uma apresentação de stand-up na próxima semana, mas, por favor, não use o *Tinder* para promovê-la.

2. “**Fardas e/ou armas**” – Diz respeito a pessoas, em sua grande maioria homens, que em suas fotos apareceram com fardas militares e/ou portando alguma arma de fogo. Estes(as) usuários(as) apareceram exclusivamente para nosso perfil com apresentação feminina, esta categoria:

Dentre os perfis encontrados apenas um foi de uma usuária do sexo feminino. Esta, dentre outras fotos, expõe uma em que se encontra em um estande de tiro, segurando uma pistola em uma mão e o alvo em outra, exibindo seus tiros certos na cabeça e peito da silhueta estampada no alvo. A mesma não possui qualquer outra informação que indique a possibilidade de ser militar, podendo apenas estar praticando tiro esportivo.

Quanto aos usuários do sexo masculino, há uma variada gama e formatos em suas imagens de perfil. Uns também exibem suas fotos em estandes de tiro, outros expõem fotos dentro ou ao lado de veículos militares, alguns apenas trajados com fardas, porém, há uma grande predominância de usuários em fotos com poses ativas, fardados e arma em punho próximo ao peito ou a apontando em direção ao observador da imagem.

Poucos apresentaram descrições de perfil, predominando, entre estes, descrições breves em que dizem o local em que residem, idade e profissão. Em menor número ainda, alguns expressam seu desejo por um relacionamento sério. Nenhum dos perfis observados apresentam descrições sobre si ou sua personalidade, gostos pessoais e/ou preferências esperadas no/do outro.

3. “**Referências a cultura popular**” - Pessoas que fizeram alguma referência a elementos da cultura popular como músicas, filmes, poesia ou uso de memes de internet:

Dentre estes perfis, é comum a utilização de frases retiradas de alguma música, poema ou poesia como forma de se definir na descrição de perfil. Também foram encontrados perfis com outros elementos da cultura pop com referências a memes de *Internet*, filmes, séries, ou mesmo músicas como “*Jenifer*” mais conhecida como “*O nome dela é Jenifer*” do cantor Gabriel Diniz. A música ficou no topo das mais tocadas

em sites de músicas como *Spotify*, *Apple Music*¹⁸, e no *YouTube* o vídeo oficial acumula mais de 335 milhões de visualizações¹⁹.

Essa música além de ter se tornado um grande sucesso também tomou conta da internet e das redes sociais, seja em forma de piadas, memes, ou referências diretas ao aplicativo *Tinder*, e pessoas com o nome Jenifer. A música conta a história de um personagem interpretado por Gabriel Diniz que conhece uma mulher chamada Jenifer, interpretada pela atriz Mariana Xavier, pelo aplicativo *Tinder*, enquanto tenta lidar com o fim de um relacionamento com sua ex-namorada, interpretada por Aline Gotschalg.

4. **“Referências ao Tinder”** - Pessoas que fizeram alguma referência ou crítica ao *Tinder* e sua forma de funcionamento ou seu significado social:

Esta categoria foi criada ao perceber que em suas descrições de perfil alguns(mas) usuários(as) fizeram qualquer referência ou crítica direta ao *Tinder* e sua forma de funcionamento ou seu significado social. O *Tinder*, no caso desses(as) usuários(as), é percebido por meio de uma visão negativa ou pessimista, onde o aplicativo é apreendido como uma “*caverna*” que se entra e da qual é necessária a ajuda de outro para tirá-lo(a) de lá. Esse outro, muitas vezes, pode ser uma amizade, ou um parceiro(a) romântico(a) que de certa forma anularia o propósito pelo qual aquele(a) usuário(a) teria optado por entrar no aplicativo. Esse par idealizado pode ser encontrado nos lugares mais inusitados possíveis, como o próprio *Tinder*. Embora este seja um dos propósitos do aplicativo, para alguns(mas) usuários(as), ele seria um “*lugar errado*” para se buscar a “*pessoa certa*”. Esta pessoa, entretanto, pode ser apenas “*mais um perfil do Tinder*”, que podemos acabar passando ou curtindo e estabelecendo um vínculo dependendo daquilo que se busca e se percebe do outro.

Alguns(mas) usuários(as) parecem perceber, no entanto, as possíveis fragilidades das relações que podem ser estabelecidas pelo *Tinder*, como uma usuária que percebe o aplicativo como um “*promotor de relações líquidas*”, como tratado por Bauman²⁰, porém, ainda assim, se coloca como sendo uma pessoa que estaria

¹⁸ Fonte: <https://gpslifetime.com.br/conteudo/cotidiano/paula-santana/71/o-nome-dela-e-sucesso-da-musica-jenifer-tem-toque-brasiliense>. Acessado em: 20/07/2019.

¹⁹ Clipe oficial: <https://www.youtube.com/watch?v=D2rG7pXd2LY>. Acessado em: 20/01/2021.

²⁰ Zygmunt Bauman foi um filósofo, sociólogo, professor e escritor polonês. Bauman enfatiza a fluidez nas relações interpessoais, onde predominaria laços sociais menos duradouros e que não estariam aptos a suportar diferenças, erros e adversidades visto a centralidade cada vez maior na busca por prazer imediato fortalecida por uma lógica de consumo excessivo em que o novo pode ser visto como a possibilidade de satisfação de nossos desejos e anseios.

passível de ser um “*contraponto*” à essa forma de vínculo mais fluido e efêmero. Outra usuária parece possuir a mesma percepção da anterior, reconhecendo as possíveis fragilidades nos laços relacionais ao expor: “*Desculpa Bauman por estar aqui novamente*”.

Uma outra usuária, apresenta uma visão um pouco mais positiva em relação ao aplicativo identificando-o como sendo um “App de relacionamentos”, porém, ela também percebe que o *Tinder* possui uma imagem negativa ao completar sua frase afirmando que ela não é apenas “*um cardápio de restaurante*”. Embora sua afirmativa seja em sentido de posituação do *Tinder* enquanto espaço de sociabilidades e relacionamentos, ela não deixa de partilhar uma visão comum do aplicativo como um “*cardápio humano*”, um buraco ou “*caverna*” “*promotor de relações líquidas*” que não seria o local certo para encontrar a pessoa certa, como exposto por outra usuária ao afirmar “*odeio cardápios e odeio estar em um*”. Seguindo este princípio um outro usuário expõe:

“Quando olho meu perfil me sinto amostra num açougue, pendurado na prateleira enquanto dizem quero, não quero. Você gosta mal passado? Ao ponto? Bem passado? Eu não sei qual ponto eu tô kkkkk nem sei como cheguei nisso aí, porém somos mais que carne a amostra e bem mais que uma aparência suculenta”.

Outro usuário parece perceber o potencial do *Tinder* enquanto objeto de estudo ao referir-se ao aplicativo como um grande “*laboratório para análise de algum grupo de psicanálise*”. Certamente o *Tinder* nos permitiria esse tipo de análise, assim como está nos possibilitando estudá-lo, sociologicamente. Me pergunto se este usuário se surpreenderia ao ver que de fato o *Tinder* está sendo analisado, não só por psicanalistas, certamente, mas também por sociólogos.

Outras pessoas neste grupo expõem a frase “*Não sei o que estou fazendo aqui*”. Costuma ser comum no início de uma conversa perguntar qual é o objetivo da outra pessoa dentro do aplicativo, o que busca etc. Nesse sentido, estas(e) usuárias(o) parecem não ter, ao menos explicitamente, uma meta clara ao ingressar no *Tinder*. Prevendo essa possível pergunta ao iniciar uma interação, uma usuária já anuncia em sua descrição: “*antes que pergunte: não faço a mais remota ideia do que tô fazendo aqui*”.

No entanto, o uso desta frase em suas descrições de perfis pode simbolizar tanto a abertura quanto o fechamento do sujeito as mais diversas possibilidades possíveis de interação que o aplicativo pode proporcionar, ou mesmo que a pessoa busca um relacionamento, mas tem vergonha de afirmar para si e para o outro que o esteja buscando por meio deste mecanismo. No entanto, o uso desta expressão não diz muito, *a priori*, sobre as intenções desses sujeitos, sendo possível desvelar qualquer motivação ou interesse por trás do uso desta frase apenas por meio de uma conversação em profundidade.

5. “**Religião**” - Pessoas que identificaram sua denominação religiosa ou utilizaram textos religiosos em sua descrição ou foto de perfil:

Foram identificados usuários que utilizaram o espaço da descrição de perfil para deixar clara sua matriz religiosa. Embora tenha sido coletado apenas 17 (dezessete) perfis com esta característica, fora observado outros perfis com esse elemento de identificação religiosa antes de perceber que esta poderia constituir uma categoria para análise posterior. Entretanto, não fora observado nenhum(a) usuário(a) que se apresentasse como sendo de outra matriz religiosa além da Cristã.

Nesse sentido, os dezessete perfis coletados apresentam elementos que constituem sua fé, como crença em Deus, ou mesmo a qual vertente do cristianismo pertence (católica ou evangélica), e mesmo qual igreja/denominação frequentam.

Dentre os perfis desta categoria, seis foram de homens entre 23 a 43 anos de idade. A mensagem indicativa da pertença religiosa desses homens é direta, resumindo-se apenas a afirmação de que aquele usuário é “*cristão*” (dois deles), ou “*católico*” (dois deles). Somente um apresenta uma descrição um pouco mais elaborada, apesar de apenas uma linha, com a mensagem “*Ele não é forte, forte é o Deus que nele habita*”, que embora não descreva diretamente uma filiação religiosa, aponta uma aproximação com o cristianismo.

Já as descrições das mulheres se apresentaram mais elaboradas em relação as dos homens citados anteriormente. Nos perfis vemos que algumas expõem idade e altura, profissão, características pessoais como ser “*amante da simplicidade*”, “*puro osso*” ou “*gorda*”, admitindo possuir “*falhas e virtudes*”. De outro lado, algumas delas também apresentam características que as fariam dispensar um homem: “*ser for zé*

*droguinha nem fale comigo*²¹ ou *“se você super valoriza o consumo de bebida alcoólica, fuma maconha ou usa Hashtag²² anti Bolsonaro, vá diretinho no X e economize o nosso tempo”*²³.

Não fica explícito em suas descrições de perfis que estes(as) usuários(as) buscam parceiros(as) que, por sua vez, também sejam cristãos. É possível deduzir que este elemento poderá ser levado em consideração no momento da escolha de quem curtir ou manter contato, ou mesmo estabelecer algum tipo de vínculo afetivo de médio ou longo prazo. Nos perfis coletados todos expressam seu posicionamento religioso dizendo mais sobre si do que exigindo, *a priori*, uma mesma conduta religiosa do outro que se busca.

Tinder é utilizado tanto para busca de relacionamentos afetivos (amizades, namoro, casamento), quanto para a busca de sexo casual, realização de fetiches, prostituição etc. A partir disso, alguns estigmas podem ser criados em torno do aplicativo como sendo utilizado para *“putaria”*, possibilitando o afugentamento de usuários de certos grupos religiosos, levando-os a sites e aplicativos de relacionamentos voltados especificamente para esse tipo de público. Tal percepção pode ser deduzida a partir do crescente número de sites e aplicativos de relacionamentos cada vez mais especializados e focados em um grupo específico, como o religioso.

6. **“Aparência”** - Pessoas que apontaram elementos de sua aparência para que outros curtissem seus perfis tendo em mente aquele elemento, seja obesidade, ou magreza, deficiência e etc.:

Dentre os perfis coletados nesta categoria, 12 (doze) apresentaram-se como sendo “gordo(a)” ou “gordinho(a)”, dentre os quais temos 5 (cinco) homens e 07 (sete) mulheres. Para esses(as) usuários(as) parece importante destacar este elemento de sua aparência, no sentido de evitar qualquer rejeição futura do outro, caso este venha a descobrir/ser informado tardiamente sobre seu peso. Assim, parece importante que

²¹ “*Zé droguinha*” é uma expressão pejorativo para usuários de qualquer tipo de substância entorpecente ilegal.

²² Tags são palavras-chave (relevantes) ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita nas plataformas *on-line*. Hashtags são compostas pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha (#), e organizam discussões em torno de tópicos ou eventos específicos.

²³ Abordaremos a relação entre religiosidade e posicionamento político à direita dentre os usuários observados no capítulo seguinte.

o outro saiba sobre a obesidade daquele(a) usuário(a) antes de curtir ou não seu perfil, para que assim o faça ciente desta característica.

Em um dos casos, um usuário do sexo masculino que se apresenta como homossexual afirma ser “*gordo*”, mas, complementa a descrição afirmando que está “*em processo de redução de peso*”, também deixando claro que está passando por esse processo no momento, como se quisesse afirmar que sua condição atual é de “*gordo*”, mas que estão em transição.

Em outro exemplo, uma usuária do sexo feminino que embora não diga explicitamente ser “*gorda*” ou “*gordinha*” como as demais, apresenta-se como tendo “*buxinho*”, e complementa com o fato de ter celulite e estrias. Outras usuárias apresentam-se como sendo “*desprovidas de beleza*”, com uma delas afirmando preferir postar “*as piores fotos*” sob a justificativa de se mostrar como realmente ela acreditaria ser, para o outro “*não se assustar quando me ver pessoalmente*”. Outros dois elementos destacados por essas usuárias é, em uma, a falta de altura, e em outra, ao contrário dos(as) demais citados anteriormente, o fato de ser excessivamente magra, considerando-se como sendo “*puro osso*”.

7. “**Feminismo**” - Mulheres que se identificaram como feministas em sua descrição ou foto de perfil:

Este elemento aparece de forma direta dentro do texto de descrição e sem muitos complementos ou explicações. Na maior parte destes perfis ou a categoria “*Feminista*” é apresentada como primeira palavra na descrição do perfil, como forma de fazer-se saber de pronto seu posicionamento político-ideológico, ou encontra-se integrada no meio do texto, geralmente em uma linha única, isolada das demais características.

Uma das usuárias do *Tinder* afirma adorar conversar sobre política e, para ela, esta característica, vinculada ao fato de ser feminista, a faria ser “*consciente*”, tanto dos assuntos político-partidários em voga, quanto no que diz respeito a pautas feministas. Estes dois elementos vinculados, dando consciência a esta usuária, faria com que outros usuários, eleitores do então Presidente Jair Bolsonaro, fossem “*inadmissíveis*” para ela, tendo em conta que, tanto o presidente quanto seus eleitores seriam vistos como machistas, preconceituosos, homofóbicos, etc.

Uma das usuárias, embora não diga explicitamente ser feminista, foi colocada nesta categoria por externar em sua descrição algumas das principais pautas de

grupos feministas, qual seja, o respeito dos homens para com as mulheres, descrevendo não gostar de “*papo abusivo*” e “*caras abusados*”. Ela expressa também seu apoio à luta contra o feminicídio estampado em sua descrição com letras maiúsculas “*DIGA NÃO AO FEMINICÍDIO*” e também a *hashtag* “*#DIGANÃO*”.

8. “**Identidade de gênero e sexualidade**” - Pessoas que definiram sua identidade de gênero e/ou sexualidade na descrição de perfil ou foto, visto que o aplicativo utilizava, até o momento, apenas as categorias homem e mulher:

Nas configurações do Aplicativo *Tinder*, pelo menos até o momento da coleta dos dados dessa pesquisa, era possível definir apenas seu sexo, limitando sua sexualidade apenas entre uma escolha de padrão binário restritos à “homem” ou “mulher”, opção que também se restringe a esse binarismo para definir quais usuários você gostaria de visualizar. Esta opção foi atualizada em 2020, tornando-se possível especificar sua identidade de gênero e sexualidade.

Segundo Cavalcanti (2017), a função de escolha de identidade de gênero, e não apenas sexo biológico, “foi publicada [no blog do *Tinder*] em 15 de novembro de 2016 e estava disponível apenas para os Estados Unidos, Reino Unido e Canadá. Essa funcionalidade é interessante e divide opiniões” (CAVALCANTI, 2017, p.93). Apesar de esta funcionalidade não estar disponível no Brasil no momento da coleta de dados para esta investigação, vale destacar que pudemos constatar que em vários casos a identificação do gênero e sexualidade, como “Mulher/Homem trans”, ser “gay” ou “bissexual” etc. foi exposta na descrição do perfil, ou até mesmo no lugar do nome do(a) usuário(a).

Em alguns dos perfis observados o descrever-se como transexual é seguido de algum complemento, em grande parte para evitar espanto por parte do outro, “*não precisa ficar em choque tá tudo bem*”, que poderia indicar a inabilidade social de algumas pessoas em lidarem com o fato de estar interagindo com um homem ou mulher transexual. Outro caso, comum nos perfis coletados entre as mulheres transexuais, é o ato de terem que afirmar não estarem no *Tinder* apenas por sexo, onde a usuária afirma que “*não vivo de sexo*” e completa afirmando que, caso o *match* em potencial “*só tem sexo na cabeça*” nem deveria perder tempo com ela. O mesmo vale para uma outra usuária ao afirmar que aqueles que esperam que ela envie fotos suas por *WhatsApp*, possivelmente fotos nuas, nem devem perder seu tempo. Esta necessidade de afirmar que não se está ali apenas para sexo, e que não enviará fotos

peçoais, é possivelmente devido à ideia distorcida de que mulheres trans atuem com prostituição e que, portanto, estejam ali apenas para sexo.

Por outro lado, apesar de em menores números, temos uma usuária que afirma ser demissexual²⁴, portanto, para aqueles que também desconhecem o significado desta orientação sexual, a usuária complementa com “se vc[você] qr[quer] uma pegação aleatória procura outras pessoas”. Nesse sentido, estas usuárias, assim como as apresentadas anteriormente, veem como necessário deixar explícito que estar se apresentando com uma identidade de gênero ou sexualidade fora do que se tem como padrão não significaria que estariam no aplicativo para sexo e que, portanto, os demais usuários não deveriam se referir a elas apenas para tal. Assim como outros(as) usuários(as) do aplicativo, estas também esperam ser tratadas com respeito enquanto buscam por “*conversas sinceras, amizades reais e quem sabe um amor que dure*”.

9. “**Sexo**” - Pessoas que utilizaram o *Tinder* na busca por sexo casual, ou trocas de favores sexuais por bens materiais:

Embora alguns usuários deixem explícito que não buscam sexo, outros, no entanto, deixam claro seus interesses sexuais em seus nomes de usuários, fotos e descrições. Compondo a categoria “sexo” foram coletados perfis, dentre homens e mulheres, heterossexuais, bissexuais, homossexuais e mulheres transexuais. Dentro desta categoria, foi possível identificar três subgrupos: 1) pessoas em busca de sexo casual apenas por “*diversão*”, sem que haja algum tipo de “*sentimentos ou algo financeiro*”, 2) casais em busca de sexo a três e 3) pessoas que estão fornecendo sexo em troca de valores em dinheiro, “*presentes*”, “*agradinhos*”, “*mimos*”, “*viagens*”, “*vida de luxo*” e etc.

Nesta categoria houve uma predominância de usuários do sexo masculino em busca de “*sexo casual*”, “*amizade colorida*” e oferta de sexo casual por dinheiro. Poucos homens exibem fotos pessoais, geralmente aqueles que buscam sexo apenas por diversão. Outros homens que dizem ser casados, aqueles que oferecem trocas de bens materiais por favores sexuais ou os que buscam satisfazer sua curiosidade com outro homem tendem a não exibirem fotos pessoais, como já discutido, optando

²⁴ “[...] tratam-se de pessoas, homens ou mulheres, só capazes de terem relações sexuais após uma maior intimidade - que é conseguida através de contatos acolhedores e de bastante cumplicidade”. Fonte: arevistadamulher.com.br. Disponível em: <http://arevistadamulher.com.br/sexo/content/2447705-demissexualidade-conheca-a-orientacao-de-quem-so-atrai-por-alguem-apos-conhece-lo>. Acessado em: 21/07/2019

por imagens outras, possivelmente disponíveis na *Internet*, primando por descrições pessoais sobre sua aparência e porte físico como forma de exercer atração sexual.

Dentre os perfis femininos há uma predominância de usuárias buscando relações sexuais remuneradas, algumas poucas afirmam buscar relações sexuais episódicas apenas por diversão. Dentre estas, ambos os grupos optam por imagens de perfil em que não aparecem, preferindo fotos aleatórias, ou mesmo textos na imagem que descreve seu interesse sexual.

A busca por um(a) parceiro(a) para sexo casual vem junto com promessas de discrição e sigilo, principalmente em perfis nos quais homens homossexuais buscam parceiros heterossexuais, ou mesmo o inverso. Coletamos perfis em que o homem, reforçando de forma textual ser heterossexual, se propõe buscar outro homem para saciar sua curiosidade. Nesses casos, saber que a possível relação se dará “*no sigilo absoluto*” parece ser importante para a manutenção da imagem daquele homem “*hétero curioso*” que busca esse tipo de relação apenas para satisfação de suas curiosidades sexuais sem comprometer a forma como é visto socialmente. É frequente se deparar também com perfis de casais que buscam “*realizar suas fantasias juntos*” e “*apimentar a relação*” acrescentando um(a) terceiro(a) parceiro(a) sexual à relação. Nenhum dos perfis de casal coletado identificam-se pelos verdadeiros nomes de um dos parceiros ou dos dois. Logo, no nome de usuário nos deparamos com a identificação do perfil como sendo de um casal com nomes como “*EleeEla*”, “*CasaI*” ou mesmo “*Casalsafadinho*”.

Já no caso de troca de relação sexual por “*presentes*”, “*agrados*”, “*mimos*”, em sua maioria não é percebido como prostituição pelos(as) próprios(as) usuários(as), sendo tal relação encarada como “*troca de favores*”, “*ajuda financeira*”, “*agrados*”, “*realização de desejos sexuais e financeiros*”, ou seja, não consideram que estão se prostituindo. Dentre os perfis femininos o nome que mais aparece como sendo a caracterização desta relação de trocas é a de “*Sugar Baby*” e “*Sugar Daddy*”.

Sugar Baby são, geralmente, mulheres jovens que buscam homens mais velhos e/ou “bem-sucedidos” financeiramente, os *Sugar Daddy*, para que possam lhes retribuir materialmente em troca de relações sexoafetivas. Nesse sentido, essas mulheres prometem “*realizar todos os seus desejos sexuais*” enquanto o *Sugar Daddy* realiza todos os desejos “*sexuais e materiais*” de sua *Sugar Baby*, de modo que elas possam ser “*mimadas*” com presentes, ou mesmo custeio financeiros para suas mais

variadas necessidades, como “*auxílio nos estudos*”. Fotos pessoais não costumam integrar os perfis dessas mulheres, que preferem alguma imagem chamativa ou que aponte para sua descrição de perfil, onde se descrevem fisicamente e apontam as motivações de estarem no *Tinder*.

Entre alguns outros exemplos interessantes de descrições de perfil que demonstram interesse na troca financeira por sexo, temos uma usuária que deixa explícito que não é uma “*garota de programa*”, mas anuncia: “*Porém minha situação financeira está difícil*” e, portanto, está precisando de alguém que a ajude financeiramente. Apesar de não ficar claro que a usuária esteja disposta a receber esta ajuda monetária em troca de sexo, este elemento parece se fazer entender pelo uso de uma conjunção adversativa, “*porém*”. Num segundo exemplo a usuária utiliza uma descrição na sua imagem de perfil que diz “*Olá, eu sou uma jovem de 21 anos que faz sexo por dinheiro... Estou aqui pra dá o melhor prazer que você merece*”. Ao contrário da anterior, esta usuária deixa explícito suas intenções com o uso do *Tinder*, qual seja, fazer sexo por dinheiro. Já um outro usuário do sexo masculino afirma que está utilizando do aplicativo para “*vender sua virgindade anal*”.

Mais uma vez, em nenhum destes exemplos é publicado uma imagem de si nas fotos de perfil. Ao contrário, a divulgação de si é algo sigiloso. Imagens diversas são usadas como foto de perfil: um desenho em branco e preto de uma mulher jovem, longos cabelos com um enfeite de flores do lado e uma boina; uma descrição que vem no lugar da imagem de perfil; uma imagem com os dizeres “*sigilo total*” destacado em letras enormes e em negrito etc. A intenção é não se revelar para aqueles(as) “*curiosos*”, o que deve ser feito apenas para os(as) que de fato se interessarem pelo que é proposto por esses(as) usuários(as), quando enfim, será possível a troca de fotos, se “*a conversa fluir*”.

10. “**Idade falsa/errada**” - Jovens menores de idade com idade falsa no aplicativo ou pessoas que preencheram errado a data de nascimento no *Facebook* ou no *Tinder* no momento de cadastro:

Se tornou frequente a incidência de usuários(a)s que afirmavam que sua idade exibida estava incorreta, usando suas descrições de perfil para apontar a idade verdadeira. Ou seja, algumas pessoas indicavam em suas descrições que a idade exibida inicialmente pelo aplicativo em seus perfis estava incorreta, sendo alguns destes(as) de usuários(as) menores de idade cuja idade exibida era de alguém com

mais de dezoito anos, para ter acesso ao aplicativo, mas que confirmavam sua idade abaixo dos dezoito em suas descrições. Com base neste elemento apresentado pelos próprios usuários fora possível criar esta categoria.

Inicialmente identificamos este grupo apenas como “idade falsa”, entretanto, nos deparamos com alguns perfis de usuários(as) afirmando que a divergência de idade do seu perfil se deu por algum “erro”. Portanto, foi possível perceber que, diferente do que parece ser o caso de usuários(as) menores de idade, não necessariamente esta divergência se dá de maneira proposital, mas pode ocorrer sem pretensão no momento de criação do perfil. Como exposto, uma das formas de se criar uma conta no *Tinder* é por meio de seu perfil no *Facebook*. Ao criar sua conta nesta plataforma você é impelido a informar sua data de nascimento. Visto que aqui também é proibida a criação de um perfil por menores de idade, muitas crianças e adolescentes colocam uma data falsa para indicarem ser maiores de idade. Como essa informação de ano de nascimento não é tão relevante no *Facebook*, esta data acaba permanecendo inalterada mesmo depois do(a) usuário(a) completar dezoito anos de idade. Isto faz com que este(a) tenha alguns anos a mais no sistema do site. Ao criar sua conta no *Tinder* desta maneira, o aplicativo resgata suas informações pessoais do *Facebook* como nome e idade. Assim, esta data errada/falsa é resgatada e aplicada ao seu perfil neste aplicativo. O que poderia ser uma das justificativas possíveis para alguns dos casos de idade errada.

A outra forma de criar um perfil de usuário no *Tinder* é por meio de seu número de telefone. Após confirmação do número o novo usuário deve informar o nome e data de nascimento, que permanecerão inalteradas após confirmação destas informações, como percebe uma usuária que apresenta ter 34 anos em seu perfil, mas que afirma: “tenho 18 anos (eu não consegui mudar isso)”.

Em ambos os casos temos que o possível erro se dá por alguma divergência apresentada pelo próprio usuário no momento de cadastro no *Facebook* ou no *Tinder*, o que parece ter sido notado por uma das usuárias do *Tinder* ao afirmar que “tenho 18 anos (ficou 25 por um erro meu)”. Uma única usuária apresenta a possibilidade de erro como sendo de responsabilidade do próprio aplicativo que “errou a idade”.

No caso de menores de idade que utilizam o *Tinder* a possibilidade de erros no preenchimento dos dados parece ser mais improvável, e feitas de maneira proposital para que possam ter acesso aos serviços do aplicativo. Como dito, basta preencher e

confirmar os dados fornecidos caso crie uma conta por meio do número do celular, ou ter feito o mesmo ao criar sua conta no *Facebook* para ter uma idade acima de 18 anos, te dando fácil acesso àquele serviço.

Ao criar uma conta em ambos os sites/aplicativos você deve clicar em “aceitar os Termos de uso e serviços”, porém, como discutido por Cavalcante em sua dissertação sobre o *Tinder*, “dentre os entrevistados, todos declararam nunca ter lido a política de uso” (CAVALCANTE, 2017, p.105).

Nos Termos de uso e serviços do *Tinder*²⁵ no tópico “2. Qualificação” lê-se que “Você deve ter, no mínimo, 18 anos de idade para criar uma conta no *Tinder* e utilizar o Serviço”. Porém, dos perfis coletados para formar esta categoria, quase a metade deles eram de menores de idade. É possível perceber que mesmo adolescentes de 14 anos de idade já circundam este ambiente em busca de “bater papo”, “ficar ou até namoro”, onde, para algumas, “o que vim é lucro”. Lembrando que estas informações foram possíveis de serem observadas apenas porque estes(as) usuários(as) indicaram sua idade verdadeira em suas descrições de perfil. Assim, pode ser possível que muitos outros menores que não o fizeram tenham passado pela tela no momento destas coletas.

Outros dois documentos oficiais do *Tinder* definem que é proibido o uso dos seus serviços por menores de idade. Na Política de privacidade²⁶ com data de entrada em vigor de 25 de maio de 2018 em seu tópico “12. Privacidade das crianças” é dito que:

Os nossos serviços estão limitados a usuários de idade igual ou superior a 18 anos. Não permitimos a utilização da nossa plataforma por usuários menores de 18 anos e não coletamos de forma consciente informações pessoais de pessoas menores de 18 anos. Se você suspeitar que um usuário tenha menos de 18 anos, utilize o mecanismo de comunicação disponível no serviço (TINDER, 2019).

Nas Regras da Comunidade do *Tinder*²⁷ referente ao tópico “Menores” expõe-se:

²⁵ Disponível em: <<https://www.goTinder.com/terms?locale=pt-BR>>. Acessado em: 25/07/2019

²⁶ Disponível em: <<https://www.goTinder.com/privacy?locale=pt-BR>>. Acessado em: 25/07/2019

²⁷ Disponível em: <<https://www.goTinder.com/community-guidelines?locale=pt-BR>>. Acessado em: 25/07/2019

Você deve ter no mínimo 18 anos de idade para usar o *Tinder*. Assim, não permitimos imagens de menores desacompanhados. Se você quiser postar fotos dos seus filhos, certifique-se de aparecer na foto também. Se você vir um perfil com fotos de um menor desacompanhado, que promova atos de violência contra menores ou que os apresente de maneira sexual ou sugestiva, denuncie-o imediatamente (TINDER, 2019).

Embora a empresa afirme não permitir usuários menores de 18 anos em sua plataforma, não há uma fiscalização por parte deles para de fato proibirem ou inibirem o ingresso desses(as) usuários(as) menores, ficando a cargo dos(as) outros(as) usuários(as) por meio dos “mecanismos de comunicação disponíveis no serviço”, como a opção de denunciar perfil, “fiscalizar” ou relatar sobre estes(as) usuários(as).

Denunciamos alguns perfis como estes para saber como funcionava este mecanismo e experienciar se haveria de fato alguma providência por parte do *Tinder* com relação a estes(as) menores que infringem as políticas de uso da plataforma. Assim como relata Cavalcante (2017) ao fazer o mesmo, não obtivemos nenhuma resposta ou retorno da empresa para saber se de fato alguma medida fora tomada, ou se ao menos chegaram a receber a denúncia de fato.

11. “**Amizades, Relacionamento sério, quem sabe algo mais**” - Pessoas em busca de amizades e/ou relacionamentos sérios ou que se utilizavam da expressão “*quem sabe algo a mais*” para definir seus interesses:

Nesta categoria foram incluídas pessoas que estavam em busca de amizades, e/ou relacionamentos sérios, ou utilizaram-se da expressão “*quem sabe algo a mais*” para definir seus interesses. Em muitos dos casos observados percebemos que os três elementos se mesclavam, desta forma, preferimos criar uma categoria que englobassem essas três variáveis ao invés de discuti-las separadamente. Isso porque para muitos desses(as) usuários(as), a amizade é um primeiro passo para “algo mais” ou para um “relacionamento sério”.

Muitos(as) usuários(as) deixaram claro em suas descrições que buscavam apenas amizades e “*boas conversas*”, outros(as) diziam que sua intenção era a busca de um “*relacionamento sério*”, namoro, “*um amor eterno*”, entre outros. Alguns(mas) dos(as) usuários(as) que buscavam “*só fazer amizade mesmo*” não eram de João Pessoa, estavam de passagem, férias ou se mudaram recentemente para a cidade e por isso utilizaram-se do *Tinder* como uma ferramenta facilitadora para o estabelecimento de novas relações. Nesse sentido, o aplicativo para esses(as)

usuários(as) vai além de uma plataforma apenas para “*pegação*” ou relacionamentos: “*é um app para fazer amizades tbm [também]*”, como é o caso de uma usuária que afirma em sua descrição que está buscando “*apenas amizades, pois já namoro*”.

Muitos outros(as) usuários(as) afirmam que buscam “*uma boa conversa e uma boa amizade, porque da amizade começa tudo*”, nesse sentido, acabam utilizando o *Tinder* em busca de “*amizades que podem levar ao namoro*”. Esses(as) usuários(as) esperam encontrar outros sujeitos para uma “*boa conversa e quem sabe um crush*”²⁸, ou seja, “*alguém legal pra boas amizades ou quem sabe um bom namoro*” e possivelmente um relacionamento que os leve a “*noivar e casar*”.

Alguns outros casos predominantes que fizeram parte desta categoria foram de usuários(as) que utilizaram a expressão “*algo mais*”, para definir seus interesses. Nesse sentido, muitos(as) afirmam estar em busca de “*novas amizades e quem sabe algo a mais*”. Este “*algo mais*” podendo significar as mais diversas possibilidades, como relações sexuais casuais, ou mesmo namoros, como explicitado por outros usuários.

12. “**Outros**” - Descrições ou fotos de perfis com algum elemento que pudesse vir a ser discutido ou problematizado, mas que não fora encontrado em mais de um perfil. Basicamente perfis que chamaram nossa atenção por serem, de certa maneira, inusitados dentro deste espaço do *Tinder*.

Uma usuária afirma estar usando o *Tinder* porque perdeu uma aposta, portanto, está “*aqui obrigada*”, porém se apresenta aberta a experiência caso os demais usuários com quem combinar estiverem dispostos a “*fazer novas amizades*”. Em um desses perfis o usuário anuncia na imagem “*Precisa de alguém pra conversar?*”, e em sua descrição de perfil afirma estar ali para ouvir, ajudar, e aconselhar caso outros usuários precisem e queiram. Outro perfil chamado “*Eu flagrei jampa*” funcionava como um perfil de algum tipo de “*investigador particular*” que estaria ali para te ajudar a encontrar alguém que tenha sido visto em algum lugar e não se conhece ou não sabe onde encontrar. No entanto, há grandes possibilidades de que esse tipo de ação possa acarretar situações negativas e até mesmo perigosas a terceiros. Outro perfil aparenta estar anunciando uma festa e estão utilizando a combinação com outros(as) usuários(as) como forma de convite, assim, “*se deu match, você foi convidado*”.

²⁸ “*Crush* é uma palavra da língua inglesa que se tornou uma gíria usada para se referir a alguém por quem somos apaixonados ou sentimos algum tipo de atração”. Fonte: dicionariopopular.com. Disponível em: <<https://www.dicionariopopular.com/crush/>>. Acessado em: 15/01/2020.

Embora este perfil tenha sido curtido, nós não demos *match*, logo, é uma pena não termos sido convidados.

13. “**Política**” - Dizem respeito a usuários(as) e perfis com algum tipo de discurso político que apontam sua preferência política, alguma mensagem, frase, *slogan*, crítica ou apoio, tanto a figuras políticas em voga no cenário sócio-político brasileiro dos últimos anos, quanto interesse ou recusa por outros(as) usuários(as) pró ou contra esses mesmos posicionamentos ideológicos apresentados:

Temos como exemplo uma usuária de 20 anos que em sua descrição afirma: “*Sou de direita, pró Bolsonaro, achou ruim? Dislike tá aí pra isso*”. A frase destaca não somente seu posicionamento político, qual seja, se considerar de direita, como apresenta sua preferência por uma figura política em específico, o ex-deputado federal e atual presidente da república Jair Messias Bolsonaro. No entanto, a frase seguinte também expõe sua desaprovação para com outros usuários que “achem ruim” o fato de ela ser “*de direita, pró Bolsonaro*”, restando para estes o *dislike*. O mesmo pode ser percebido em outros(as) usuários(as) que se identificam como sendo de uma direita política brasileira, como é o caso de outra usuária, 27 anos, que se recusa perder tempo com quem for apoiador do ex-presidente da república Luiz Inácio Lula da Silva: “*Um aviso: Se você é LULA LIVRE não perca seu tempo comigo*”.

O mesmo é observado com relação a sujeitos que se posicionam como sendo de uma esquerda política brasileira. De forma bem-humorada e um tanto sarcástica, principalmente para aqueles que utilizam um discurso vexatório com que se posiciona como sendo de esquerda e mesmo com propagadores de teorias conspiratórias, temos a fala desta estudante de 19 anos: “*Estudo biologia e sou apaixonada por todas as formas de vida, menos a de bolsominions. Feminista, esquerdopata que aproveita qualquer oportunidade para gritar lulalivre, esperando a URSAL ser instalada*”. Ao dizer em seu perfil “*Se você votou em Bolsonaro ou é de extrema direita, não fala comigo!*”, esta usuária, estudante, 22 anos, apresenta sua recusa pela figura de Bolsonaro, tanto quanto a quem teria votado no mesmo nas eleições presidenciais de 2018, preferindo que estes usuários eleitores nem ao menos venham falar com esta usuária.

Portanto, a apresentação de si como pertencente a um posicionamento político específico permitiria que o outro refletisse sobre a possível compatibilidade ideológica, decidindo pelo *like* ou *dislike*. Alguns já anunciam de imediato a preferência por não

receber uma curtida por quem tenha votado em um candidato opositor, como é o caso de outra estudante que anuncia: “Se votou em Bolsonaro faz favor de nem me dar like”. Com base nisso, foi possível observar uma grande quantidade de perfis que se utilizaram de imagens, cores, frases, slogans e textos em geral para expressar seu posicionamento político, como também a recusa por usuários(as) de posicionamento político contrário. Como fora possível perceber com as imagens e descrições de perfis de usuários do aplicativo *Tinder* no período de coleta dos dados para esta pesquisa, o elemento político está explicitamente presente enquanto critério para seleção do outro e estabelecimento de uma relação ou experiência afetivo-sexual para os(as) usuários(as) que fizeram parte desse grupo.

Tabela 1 - Dados coletados a partir do perfil com apresentação masculino

CATEGORIAS CRIADAS	Nº DE PERFIS MASC.	Nº DE PERFIS FEMIN.	Nº DE PERFIS DE CASAIS	SEM GÊNERO	Nº DE PERFIS POR CATEGORIA
Venda de bens e serviços	02	01	00	03	06 (0,49%)
Referências a cultura popular	03	03	00	00	06 (0,49%)
Referências ao <i>Tinder</i>	03	14	00	00	17 (1,39%)
Religião	01	09	00	00	10 (0,82%)
Aparência	05	10	00	00	15 (1,23%)
Feminismo	00	27	00	00	27 (2,21%)
Identidade de gênero e sexualidade	14	26	00	00	40 (3,28%)
Sexo	15	19	10	01	45 (3,69%)
Idade falsa/errada	14	34	00	00	48 (3,94%)
Amizades, Relacionamento sério, quem sabe algo mais	34	79	02	00	115 (9,43%)
Política	57	219	01	01	278 (22,81%)
Outros	00	01	00	03	04 (0,33%)
TOTAL	148 (12,14%)	442 (36,26%)	13 (1,07%)	08 (0,66%)	611 (50,12%)

Fonte: *Tinder* - Compilação do autor (2020)

Tabela 2 - Dados coletados a partir do perfil com apresentação feminina

CATEGORIAS CRIADAS	Nº DE PERFIS MASC.	Nº DE PERFIS FEMIN.	Nº DE PERFIS DE CASAIS	SEM GÊNERO	Nº DE PERFIS POR CATEGORIA
Venda de bens e serviços	01	00	00	00	01 (0,08%)
Referências ao <i>Tinder</i>	06	06	00	00	12 (0,98%)
Religião	05	02	00	00	07 (0,57%)
Aparência	00	02	00	00	02 (0,16%)
Feminismo	00	12	00	00	12 (0,98%)
Fardas e/ou armas	59	01	00	00	60 (4,92%)
Identidade de gênero e sexualidade	14	40	09	00	63 (5,17%)
Sexo	75	08	66	00	149 (12,22%)
Idade falsa/errada	12	09	00	00	21 (1,72%)
Amizades, Relacionamento sério, quem sabe algo mais	96	69	12	00	177 (14,52%)
Política	41	60	02	00	103 (8,45%)
Outros	00	00	00	01	01 (0,08%)
TOTAL	309 (25,35%)	209 (17,15%)	89 (7,30%)	01 (0,08%)	608 (49,88%)

Fonte: *Tinder* - Compilação do autor (2020)

Na medida em que era realizada a coleta dos perfis por meio de captura de tela do aparelho celular estes eram transferidos para o computador onde fora realizada a separação manual de cada um em pastas e subpastas de acordo com o exposto nas tabelas acima. Ou seja, fora criada uma pasta inicial de nome “Dados Coletados” e subpastas com todos os materiais e dados coletados sobre o *Tinder* e também os perfis. Duas dessas subpastas referiam-se aos “Dados coletados como usuário do sexo masculino” e aos “Dados coletados como usuária do sexo feminino”. Dentro destas, foram criadas novas subpastas referentes às categorias criadas com base nas recorrências discursivas dos(as) próprios(as) usuários(as), conforme apresentado acima.

Durante a primeira fase de coleta de dados estas categorias foram numeradas para que ficassem expostas no computador na mesma ordem que fora apresentada na primeira tabela acima, cuja sequência refere-se a uma ordem crescente de número de perfis referente a cada categoria, ou seja, da categoria com menor número de perfis coletados, “Venda de bens e serviços”, para a categoria com o maior número de perfis, “Política”.

Na segunda fase de coleta de dados, conforme figurado na segunda tabela, foram mantidas a sequência conforme a primeira, com exceção de “Reverências a cultura popular” encontrado apenas na primeira coleta, com o perfil masculino, e “Fardas e/ou armas” encontrado apenas na segunda coleta, com o perfil feminino.

Subsequentemente, os perfis de usuários alocados em cada categoria foram separados entre novas subpastas que os distinguiam entre perfil “Masculino”, tanto para pessoas do sexo biológico masculino, quanto para pessoas cuja identidade de gênero fosse de Homem Transexual; e “Feminino”, tanto para pessoas do sexo biológico feminino, quanto para pessoas cuja identidade de gênero fosse de Mulher Transexual; “Casais” para perfis administrados por casais de qualquer configuração; e por fim, perfis “Sem gênero”, que referem-se a perfis montados de tal forma que fora impossível a determinação de sexo, expressão ou identidade de gênero.

A única exceção nessa esquematização se deu com a categoria “Política”. A categoria em questão fora separada em três subcategorias iniciais: “*Direita Política, conservadores, Pró-Bolsonaro, contra PT*”, “*Esquerda política, progressistas, pró-PT, contra Bolsonaro*” e “*Outros*”. Em seguida, estas subcategorias foram separadas entre

“Feminino”, “Masculino” e “Sem gênero”, não havendo nenhum perfil de casal que se encaixasse nesta categoria principal.

Depois de organizadas nas pastas e subpastas conforme descrito, fora realizada a transcrição dos perfis coletados para melhor visualização do panorama de cada categoria representado por meio das fotos e imagens bem como a descrição de perfis de cada usuário. A transcrição fora realizada em arquivo Word por meio de tabela contendo em eixo horizontal informações como nome, idade, descrição simples da foto ou imagens e elementos que a compunham, e a transcrição da descrição de perfil. Metodologicamente falando, por ora vale ressaltar de modo geral como esta transcrição fora realizada. A exemplo temos:

Tabela 3 - Modelo transcrição dos perfis coletados

NOME	IDADE	FOTO	DESCRIÇÃO
Nome (F)	23 [26]	Foto com ênfase no rosto, usuária em um restaurante, não possui objetos de distinção social na foto, fundo neutro. Profissão: Estudante	“26 anos. Posso n ser bonita, mas pelo menos n votei no bozo. ²⁹ Bora tomar uma gelada?”

Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

A transcrição foi feita considerando inicialmente o nome dos(as) usuários(as) apenas para facilitar possíveis voltas ao perfil arquivado do(a) usuário(a) específico(a) caso seja necessário para reavaliar o perfil, ou mesmo utilizá-lo posteriormente como exemplo dentro do texto. Seguido do nome, fora adicionado entre parênteses as letras (M) para usuário do sexo Masculino, (F) para usuária do sexo feminino, (HT) para Homem Transexual, (MT) para Mulher Transexual – sendo esses dois últimos passíveis de identificação, à época, apenas caso fosse apresentado na descrição de perfil pelo(a) próprio(a) usuário(a) –, (Casal) para perfis administrado por casais e Sem Gênero (SG) para os perfis cujo sexo ou identidade de gênero não foram passíveis de identificação. A sexualidade ou orientação sexual dos(as) usuários(as) também só puderam ser identificados por meio da descrição do próprio perfil, portanto, detivemo-nos apenas ao sexo biológico, masculino e feminino, e a identidade de gênero no caso de usuários(as) transexuais.

Em seguida representamos a idade de cada usuário(a). A idade é resgatada de outras plataformas como *Facebook* ou conta *Google*, ou escolhida pelo(a) próprio(a)

²⁹ Bozo, Biroliro, Bolsolixo, Bostonaro etc. são alguns dos pronomes pejorativos atribuídos ao então presidente Jair Bolsonaro.

usuário(a) no aplicativo no momento da criação da conta. Em alguns perfis os sujeitos apresentavam em suas descrições o fato de a idade exibida estar errada ou ser falsa. Nesses casos, durante a transcrição representamos a idade exibida no perfil seguida da idade correta, dita pelo(a) usuário(a), entre [colchetes].

A seguir, em foto, fizemos uma brevíssima descrição da foto do perfil em questão. Na ocasião da coleta fora selecionado apenas uma das fotos apresentadas pelos(as) usuários(as), sendo esta, a que pudesse apresentar maiores informações sobre a pessoa, sua opinião, ou *status* social. Nesse sentido, a descrição da foto apresenta brevemente a disposição da imagem, possíveis objetos de distinção social ou econômica etc., o cenário em que a foto fora tirada, elementos que fizeram com que o perfil fosse enquadrado na categoria, como frases, *slogans* ou temas aplicados na foto e, por fim, quando apresentado, fora exposto a profissão exercida pelo(a) usuário(a) do perfil.

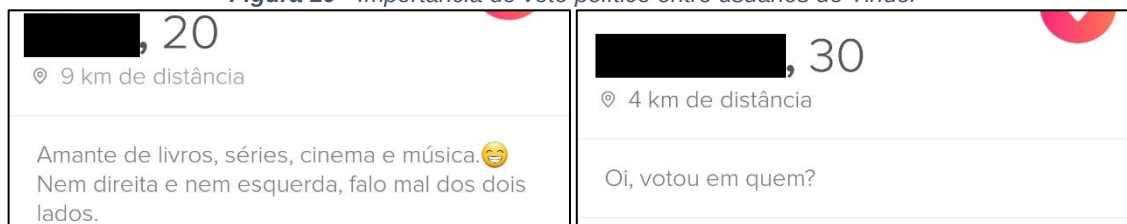
Já em descrição, segue entre “aspas” a transcrição literal apresentada nos perfis, sendo omitidas apenas informações como número de celular ou endereço para redes sociais digitais. Foram destacados em **negrito** os trechos específicos da imagem ou foto e/ou da descrição do perfil que fizeram com que aquele perfil em questão fosse enquadrado nesta categoria.

CAPÍTULO 3 - “DESLIZE PRO LADO CONTRÁRIO DA TUA ORIENTAÇÃO POLÍTICA”: AS EMOÇÕES NA POLÍTICA OU A POLÍTICA NAS EMOÇÕES?

“Este mundo está dividido. Eles são uma espécie primitiva. Não são evoluídos e estão em guerra”.

Clark Kent em Liga da Justiça - Snyder Cut

Figura 10 - Importância do voto político entre usuários do Tinder



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

As duas imagens acima representam significativamente a discussão que pretendemos iniciar aqui. Não somente pelo que estes dois usuários expressam de forma literal nas frases elaboradas para suas descrições de perfis, mas também, pela carga simbólica que ambas carregam em sua capacidade de expressar, até certo ponto, o contexto político brasileiro dos últimos anos e como este tem sido considerado fator relevante nas escolhas das relações interpessoais.

A primeira descrição de perfil diz respeito ao processo de enquadramento polarizado da disputa política no Brasil. Nos últimos anos, como veremos a seguir, enfrentamos um cenário sócio-político em que o debate fora reduzido ao pertencimento a dois lados no espectro ideológico, político e partidário, qual seja, ser de “esquerda/progressista/petista” ou ser de “direita/conservador/bolsonarista”. Embora o usuário se coloque contrário a uma dicotomização aparente entre “esquerda-direita”, afirmando falar mal de ambas, se justificando, de certo modo, quanto a um posicionamento que não busca lados, verdades ou posições definitivas, ao mesmo tempo sintetiza o reducionismo discursivo e polarizado ao partir da premissa de existência desses dois lados antagonizados.

A segunda imagem diz respeito a importância que se deu em saber com qual dos “dois lados” deste par antagonizado de posições político-ideológicas o outro se identifica. Cavalcante dos Santos (2018) ao realizar entrevistas para sua dissertação, no período entre abril e outubro de 2016 e fevereiro e julho de 2017, captou no discurso de alguns(mas) de seus(as) interlocutores(as) um primeiro indício de que o

posicionamento político seria mais um dentre vários critérios para seleção do outro no *Tinder*. No caso em questão, a autora discute que a fisionomia aparece como elemento primário destacado pelos(as) entrevistados(as) como critério de observação, principalmente pelo formato do próprio aplicativo que privilegiaria o visual por meio das fotos. A autora segue com um trecho da fala de sua entrevistada que aponta alguns dos elementos por ela observados no momento da escolha, como a própria fisionomia, interesses em comum, estilo das fotos e o próprio “posicionamento político”. Em um segundo momento de seu trabalho Cavalcante dos Santos (2018) apresenta a fala de um outro interlocutor que elenca uma longa lista de características que o levaria a recusar um perfil. Dentre os muitos elementos apontados por seu interlocutor está o fato de a pessoa observada ser ou não apoiadora de Jair Bolsonaro.

No entanto, parece ser a partir das eleições de 2018 que este fenômeno se acentua. Com isso, além de critérios corriqueiros como aparência (ainda fator primário), o espectro ideológico e o voto em tal ou qual candidato à presidência se destaca por ter se tornado fator de relevância na escolha do outro. Como será abordado, a polarização política se enfeixou em antagonismo entre direita, conservadores, patriotas, e a figura de Jair Bolsonaro de um lado, versus esquerda, progressistas, comunistas, petistas e a figura de Lula da Silva de outro.

Destarte, com base na análise dos próprios perfis de usuários(as) do *Tinder*, nos foi possível identificar a grande importância dada ao fenômeno político na escolha, estabelecimento e manutenção de experiências afetivo-sexuais inicialmente mediadas dentro do aplicativo. De igual modo, não seria difícil extrapolar que tal importância possui relevância igual ou maior ao se tratar de um contexto fora da plataforma.

3.1. Categoria Política

Dentre os 1219 perfis coletados, fazem parte desta categoria um total de 381 perfis (31,26% do total), representando a categoria com o maior número de perfis. Destes, 278 foram coletados com perfil configurado com apresentação masculina, onde 219 foram de mulheres, 57 de homens, 01 de casal e 01 cujo sexo ou identidade de gênero não fora possível identificar. De outro lado, temos 103 perfis que foram coletados com o perfil configurado com apresentação feminina onde, 60 são de mulheres, 41 de homens e 02 pertencentes a casais. Somam-se assim, um total de

279 perfis femininos, 98 perfis masculinos, 03 administrado por casal e 01 sem gênero, totalizando os 381 perfis que configuraram esta categoria.

Nesta categoria os dados coletados foram organizados conforme exposto na tabela abaixo:

Tabela 4 - Dados coletados que compõem a categoria "Política"

Dados Coletados	Com Perfil Masculino				Com Perfil Feminino				Total
	Direita	Esquerda	Outros	Sub Total	Direita	Esquerda	Outros	Sub Total	
Mulheres	14 (3,67%)	201 (57,76%)	04 (1,05%)	219 (57,48%)	00 (0%)	60 (15,75%)	00 (0%)	60 (15,75%)	279 (73,23%)
Homens	03 (0,79%)	54 (14,17%)	00 (0%)	57 (14,96%)	01 (0,26%)	39 (10,24%)	01 (0,26%)	41 (10,76%)	98 (25,72%)
Casais	00 (0%)	01 (0,26%)	00 (0%)	01 (0,26%)	00 (0%)	02 (0,52%)	00 (0%)	02 (0,52%)	03 (0,79%)
S. gênero	00 (0%)	01 (0,26%)	00 (0%)	01 (0,26%)	00 (0%)	00 (0%)	00 (0%)	00 (0%)	01 (0,26%)
Total	17 (4,46%)	257 (67,45%)	04 (1,05%)	278 (72,94%)	01 (0,26%)	101 (26,51%)	01 (0,26%)	103 (27,03%)	381 (100%)

Fonte: Compilação do autor (2020)

Dos 278 perfis coletados com perfil configurado como masculino, 17 foram subcategorizados como “Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT”, dos quais 14 são de mulheres e 03 são de homens. Outros 257 perfis coletados foram subclassificados como “Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro”, dos quais 201 são de mulheres, 54 de homens, 01 de casal e 01 sem gênero. Por fim, 04 perfis restantes foram nomeados apenas como “Outros”, sendo ambos de mulheres.

Já os dados coletados com perfil configurado como feminino, do total de 103 perfis apenas 01 se enquadraram como “Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT”, sendo este perfil de um homem. Outros 101 perfis coletados foram alocados em “Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro”, dos quais 60 são de mulheres, 39 de homens e 02 de casal. Por fim, 01 perfil restante foi enquadrado como “Outros”, pertencente a um homem.

Do total por subcategorias temos, então, 18 perfis em “Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT”, dos quais 14 são de usuárias mulheres e 04 são de usuários homens. Em “Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro” temos 358 perfis, dos quais 261 são de usuárias mulheres, 93 de usuários homens, 01 sem gênero e 03 de casal. Já em “Outros” temos 05 perfis, dos quais 04 são de mulheres e 01 de homem.

Vale ressaltar que a nomeação desses dois grupos dentro da categoria “Política” se deu com base no que foi apresentado pelos próprios usuários cujos perfis

foram coletados e que compuseram a amostragem para esta investigação. Desta forma, com base na análise dos perfis dos(as) usuários(as), observamos que estes(as) apresentaram explicitamente em suas descrições ou fotos um posicionamento político à esquerda ou direita, se disseram pró ou contra Lula ou Bolsonaro e seus respectivos partidos ou governos. Ressaltando que os perfis não apresentaram necessariamente todas as características que dão nome a estas duas subcategorias, sendo o nome uma representação do conjunto total de perfis que a compuseram. Assim, alguém que se posicione contrário a Bolsonaro não necessariamente é favorável ou partidário do Partido dos Trabalhadores (PT). Um outro ponto importante para se destacar quanto à nomenclatura empregada se deu com o par “conservadores/progressistas”. Muitos dos perfis que se identificaram como “de direita” completaram seu posicionamento político se identificando também como “conservador”. No entanto, em nenhum dos perfis coletados os(as) usuários(as) se apresentaram como “progressista”. Embora saibamos que ser progressista não necessariamente implica ser de esquerda, apesar de comumente relacionado, optamos por acrescentar o termo ao subgrupo como forma de expandir a possibilidade de discussão dentro desta subcategoria.

Após a separação dos perfis alocados nestes dois eixos fora dado início ao processo de transcrição dos mesmos, conforme apresentado no capítulo anterior. A transcrição fora realizada com base nas subcategorias expostas acima. As transcrições por subcategorias foram divididas entre aqueles dados coletados com perfil configurado com apresentação masculina e feminina. Ao iniciarmos saltaram-se aos olhos novos padrões discursivos dentre as descrições dos perfis coletados que nos permitiu a criação de novas subdivisões dentro das duas já apresentadas.

Assim, em “***Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT***” foram criadas subdivisões de perfis que apresentavam os seguintes padrões: “***Fotos com slogans de campanha***” dizendo respeito a perfis cujas fotos continham *slogans* referentes a campanha de Jair Bolsonaro para as eleições de 2018 ou contra o(s) opositores políticos; “***Se denominando de direita e/ou conservador(a)***”, que como o nome sugere, são usuários(as) que deixam claro em sua descrição a pertença ou denominação a um posicionamento político e ideológico, neste caso, ser de direita e/ou conservador(a); “***Crítica a outros(as) usuários(as) de oposição política e ideológica***”, dizendo respeito à sujeitos que tecem críticas diretamente a outros(as)

usuários(as) que sejam de oposição, onde também apontam não querer estabelecer qualquer tipo de relação com pessoas de posição ideológica distinta, geralmente sugerindo que estes(as) apertem no “X”; e por fim, “**Anti-esquerda, antimarxismo, antifeminismo**”, diz respeito a uma usuária em específico que aponta ter uma postura de oposicionismo aos elementos contidos no título deste novo subgrupo.

Por outro lado, na subcategoria “**Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro**” foram criadas subdivisões dentre os perfis que apresentavam os seguintes padrões: “**Fotos com slogans de campanha**”, para aqueles(as) cujas fotos continham *slogans* referentes a campanha de Fernando Haddad ou favorável ao Partido dos Trabalhadores; “**Uso da hashtag ‘#EleNão’ e outras relacionadas**”, para usuários(as) que possuíam a referida *hashtag* ou alguma outra *tag* contrária a Bolsonaro, ou mesmo algum texto em suas descrições ou fotos de perfis que remetesse a este significado; “**Uso da hashtag ‘#LulaLivre’ e outras relacionadas ao Lula**”, para usuários(as) que possuíam a referida *hashtag* ou algum elemento em suas descrições ou fotos de perfis que remetesse um sentido favorável ao Lula; “**Crítica a Bolsonaro e/ou seu governo**”, onde os perfis apresentam algum elemento de crítica à figura política de Jair Bolsonaro e/ou seu governo com afirmações como ser contra Bolsonaro e seus ideais, não ter votado nele, este não os representar, ou ele ser o pior presidente da história e etc. “**Crítica a outros(as) usuários(as) de oposição política e ideológica**”, dizendo respeito àqueles sujeitos que tecem críticas diretamente a outros(as) usuários(as) que sejam de oposição, apontando não querer estabelecer qualquer tipo de relação com usuários(as) de posição política distinta, dizendo respeito, nos perfis encontrados, exclusivamente a eleitores de Bolsonaro, geralmente referidos como “*bolsominions*”³⁰, sendo sugeridos a estes que apertem no “X”, “*passem longe*” ou “*nem percam seu tempo*”; “**Deslize para o lado oposto da sua posição política**”, embora sugira o mesmo que a subcategoria anterior, esses perfis foram separados por não fazerem críticas diretas aos demais usuários(as) mas,

³⁰ A palavra “*minion*” significa servo, ajudante, auxiliar ou favorito, em inglês. O termo *Minion* se tornou muito popular depois do sucesso do filme animado “Meu Malvado Favorito” (2010), produzido pela Illumination Entertainment e Universal Studios, em que pequenas criaturas amarelas são os fiéis escudeiros do protagonista, e inicialmente vilão, Gru, trabalhando voluntariamente como colaboradores para seus objetivos vilanescos. Já “*bolsominions*” é um trocadilho com o nome de Bolsonaro e o termo *minion*, sendo assim aqueles que trabalham voluntariamente em prol do Bolsonaro, seja em ações ou campanhas pró-Bolsonaro, seja produzindo ou disseminando notícias sobre o candidato ou contra opositores. Seriam um “exército” leal de apoiadores prontos a encamparem batalhas e ataques de todos os gêneros contra qualquer um que ouse questionar o “Mito” independentemente de suas ações enquanto presidente (NEMER, 2018).

apenas sugerir de forma mais “sutil” que, caso o outro se considere de direita, que deslize para a esquerda, lado referente ao “X”, e que te permite igualmente a recusa do perfil em questão; **“Se denominando de esquerda, petista ou comunista”**, usuários(as) que, como o nome sugere, deixam claro em sua descrição a pertença ou denominação a um posicionamento político e ideológico. Alguns(mas) dos(as) usuários(as) ao se denominarem “esquerdista”, “petista”, ou “comunista” complementam a expressão com algum termo de conotação sarcástica, como *“esquerdista/petista safado(a)”*, *“esquerdopata do senhor”*, possivelmente como forma satírica de se denominar como tal, visto o teor negativo que foram sendo atribuídos a tais identificações, conforme veremos a frente; por fim, **“Antifascismo, Contra a ditadura”** sendo aqueles(as) usuários(as) que trazem menção em suas descrições ou fotos a um posicionamento antifascista e/ou contrário(a) a qualquer forma de ditadura ou regimes autoritários³¹.

Já na subcategoria **“Outros”**, não foi necessário criar novas subdivisões devido ao número reduzido de perfis pertencentes a este grupo. Assim sendo, os perfis enquadrados aqui dizem respeito a perfis cujos(as) usuários(as), embora apontem algum elemento político em seus textos, o fazem apenas para se dizerem indiferentes: *“Não importa pra qual candidato a presidente você irá votar mas sim quando tu vai beijar minha boca pô”*; para apontar que não aderem a um lado específico: *“Nem de direita e nem esquerda, falo mal dos dois”*; ou afirmar que não querem discutir política: *“Primeiramente sem falar de política”*, *“E quem for debater política, crenças... Aperta X”*.

Destarte, a partir do que fora observado nos perfis coletados, partimos da hipótese de que o fenômeno político aparenta ter se tornado um critério relevante, dentre outros, para o estabelecimento de vínculos afetivos e relações sexuais entre pessoas que buscam tais experiências com a mediação do *Tinder*. Defenderemos esta ideia com base na argumentação de que este fenômeno está se dando devido ao cenário de grande polarização político-ideológica pelo qual passamos nos últimos anos, onde não somente os discursos afetivos destes(as) usuários(as) estão intimamente ligados a este contexto, mas também que esta polarização tem ressoado em alguns espaços de relações afetivas – como as próprias relações familiares,

³¹ Não entraremos em uma discussão conceitual sobre o uso da expressão fascista/fascismo visto que o debate é extremamente amplo e não é o foco deste trabalho. Apresentaremos apenas os perfis de usuários que utilizam esta expressão para se referir especificamente ao governo Bolsonaro.

relações de amizade e relacionamentos afetivo-sexuais. Assim, ao tentar estudar o discurso emotivo dos(as) usuários(as) do aplicativo nos importa:

[...] tanto o que é dito quanto o contexto em que o discurso é empregado – por quem, quando, com que propósito. O discurso emotivo seria, portanto, uma forma de ação social que produz efeitos no mundo, os quais são interpretados de um modo culturalmente informado por um público específico (REZENDE, 2002, p. 26).

Para tanto, abordaremos alguns aspectos significativos do cenário sócio-político brasileiro dos últimos anos a partir dos perfis coletados no *Tinder* e que nos permitiu chegar a tais resultados. De tal modo, trataremos não somente o exposto nos perfis daqueles(as) que tomaram para si o elemento “posicionamento político” como critério de seleção do outro, mas também fragmentos relevantes do contexto histórico brasileiro que poderia ter levado o imaginário desses(as) usuários(as) a assumir tais critérios na busca e vivência de experiências afetivo-sexuais mediadas pelo *Tinder*.

3.2. Da desconfiança ao início do ódio

3.2.1. Manifestações de junho de 2013

As inúmeras mobilizações sociais ocorridas a partir do segundo semestre de 2013 e que ficaram conhecidas como “*Jornadas de Junho*” se caracterizou, para alguns autores, como Firmino (2016), Moreira e Santiago (2013), Singer (2013), um novo ciclo de novidades para o cenário político no Brasil e um acontecimento de grande visibilidade no panorama brasileiro de então. As manifestações tiveram início em São Paulo com o “Movimento Passe Livre” (MPL) e ocorreram em vários dias do mês de junho de 2013, cuja pauta era a redução da tarifa do transporte público. Apesar de uma recepção inicial negativa pela imprensa e pelos governantes, o movimento acabou ganhando grande simpatia midiática e do público em geral, o que permitiu sua ampliação e adesão por vários segmentos sociais. As primeiras ondas de protestos, realizados principalmente pelo MPL, foram marcadas pela presença significativa de uma parcela de cidadãos não diretamente atrelados aos movimentos sociais ou grupos de reivindicações, sendo muitos deles jovens e estudantes secundaristas e universitários (ALONSO, 2017; FIRMINO, 2016; SOUZA; MORALES, 2016; SOUSA; SOUZA, 2013).

Como resultado das Jornadas de Junho se iniciaram manifestações que se espalharam para centenas de cidades brasileiras, o que proporcionou uma grande dispersão e profusão de pautas reivindicativas, gerando uma ampla fragmentação dos movimentos que se voltaram não somente contra o Governo Federal, mas também aos Governos Estaduais e Municipais. As manifestações se estenderam até os anos seguintes com defesas e pautas que variaram desde a crítica generalizada à corrupção, ao sistema político brasileiro, à falta de representatividade das instituições políticas, à falta de segurança pública e ao elevado investimento para a Copa das Confederações de 2013, Copa do mundo de 2014 e Olimpíadas de 2016, em contrapartida ao descaso com a saúde e educação, chegando a protestos contra o Governo Federal, o Partido dos Trabalhadores e pressão para a renúncia ou *impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff do PT (ALONSO, 2017; FIRMINO 2016; SOUZA; MORALES, 2016; SOUSA; SOUZA, 2013).

Carrilho (2014), Moreira e Santiago (2013), Rezende e Nicolau (2014), destacam que o *slogan* “*Vem pra rua*” da empresa de automóveis FIAT, proposta como propaganda criada para a Copa das Confederações com o objetivo de incentivar o brasileiro a sair às ruas para torcer – pregando que “a rua é a maior arquibancada do Brasil” (CARRILHO, 2014, p. 10) –, acabou sendo apropriado por grupos manifestantes como chamada para participação nos protestos em curso. Outra apropriação de comercial se deu pelo uso do *slogan* “o gigante acordou” da marca de bebidas Johnnie Walker. Ambas obtiveram grande aderência nas manifestações de então, sendo reeditadas e compartilhadas largamente nas redes sociais digitais como chamadas para as manifestações (CARRILHO, 2014; REZENDE; NICOLAU, 2014).

Os protestos foram considerados como sendo de criação espontânea, pelo menos no início, como o MPL, marcados fortemente pela grande presença da *Internet*. As chamadas, organização, divulgação etc. foram disseminadas em redes sociais digitais, ou seja, a *Internet* obteve um papel central na mobilização cidadã permitindo uma maior aderência das pessoas. Entretanto, não é possível desmerecer, como critica Theis (2013), o papel das mídias tradicionais como TV, jornais e revistas e sua capacidade de transmissão e mobilização, ainda mais no período em questão, visto que o acesso à *Internet* e redes sociais digitais começavam a se espalhar entre a população brasileira. Apesar da influência corrente das mídias tradicionais na divulgação das manifestações, é notório a mobilização realizada de forma digital.

Páginas de *Facebook* com os nomes “Vem pra Rua” ou “O Gigante Acordou” foram criadas aos montes e serviram como meios de disseminação das notícias, de fotos, vídeos, comentários, reportagens e como arena de debate (ALONSO, 2017; CARRILHO, 2014; GERMANO, 2013; LEITÃO, 2013; MOREIRA; SANTIAGO, 2013; NOGUEIRA 2013; RODRIGUES, 2013; RUEDIGER, 2017; SILVA JÚNIOR, 2013). Ao tratar desse tema, Castells (2013) aponta que

[...] esses movimentos são amplamente espontâneos em sua origem, geralmente desencadeados por uma centelha de indignação, seja relacionada a um evento específico, seja a um acesso de aversão às ações dos governantes. Em todos os casos, têm origem num apelo à ação proveniente do espaço dos fluxos, que visa a criar uma comunidade instantânea de prática insurgente no espaço dos lugares (CASTELLS, 2013, p. 162).

Outras plataformas foram utilizadas para a realização de divulgação e organização dos protestos, como o *Twitter*³². *Hashtags* como *#ogiganteacordou*, *#protestoBR* e *#vempraru* foram algumas das que viralizaram no *Twitter* durante as manifestações. A criação dessas *hashtags* passaram a ser utilizadas como bandeiras, palavras de ordem ou mesmo manifestos que expressam as ideias gerais das manifestações e suas reivindicações. Nesse sentido, as redes sociais digitais serviram para facilitar, transmitir, compartilhar, gerar discussão e integrar mais pessoas, servindo como espaço de mobilizações, o que colaborou para que protestos locais, como o do MPL, se difundissem por todo o país (MELO, 2014; RECUERO; *et. al.*, 2014).

Outros dois grupos sociais surgem nesse período, são eles, o movimento “Vem Pra Rua” (VPR) que surge em setembro de 2013, e o “Movimento Brasil Livre” (MBL)³³ que é oficializado em novembro de 2014.

No que tange à conjuntura socioeconômica e política de organização desses movimentos como práticas sociais, o MBL surge inicialmente [...], com manifestações “contra a corrupção e a favor da liberdade de imprensa”, como “entidade que visa mobilizar cidadãos em favor de

³² Criado em março de 2006 o *Twitter* é uma rede social para *microblogging*, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos por meio de mensagens curtas de texto além de imagens e vídeos.

³³ Consultar: Carta Capital (2016); Firmino (2016); Lopes e Segalla (2016); Moura e Yamamoto (2016); Santos e Vieira (2016); Alonso (2017); Gomes (2017); Hermida (2018); Penteado e Lerner (2018); Filho (2020).

uma sociedade mais livre, justa e próspera”, conforme definição do próprio MBL (SANTOS; VIEIRA, 2016, p.592).

Todavia, os dois movimentos ganharam grande visibilidade e apoio de alguns setores da classe média conservadora, principalmente pelos discursos ideológicos gerais defendidos por esses dois movimentos que giravam, basicamente, em torno de uma pauta antipetista, de defesa ao liberalismo, do “livre mercado” e da concorrência capitalista (ALONSO, 2017; FIRMINO, 2016; ROCHA, 2019).

As expressivas manifestações pró-impeachment ocorridas ao longo de 2014 e 2015, e que levaram às ruas milhares de manifestantes em centenas de cidades, contaram com a presença de uma profusão de organizações com perfis variados: grupos religiosos, associações profissionais, associações patronais, centrais sindicais, partidos políticos e movimentos sociais. [...]. Dos movimentos antipetistas surgidos a partir de 2013, o VPR [Vem Pra Rua] e MBL [Movimento Brasil Livre] foram os que apresentaram maior capacidade de mobilização social e maior visibilidade nos meios de informação tradicionais (FIRMINO, 2016, p. 2).

3.2.2. Desconfiança, medo e ódio: classe média e a ascensão do conservadorismo

Segundo estudo realizado por Rocha (2019), a formação do que ela chama de “*contra público ultraliberal*” no Brasil esteve fortemente ligada a ascensão da *Internet* e plataformas digitais por meio de fóruns, *blogs* e redes sociais digitais como o *Orkut*³⁴. No início dos anos 2000, um grupo reduzido de pessoas, em sua maioria jovens universitários e profissionais liberais, possuíam acesso à rede. Mas, segundo a autora, é a partir de 2004 que a presença desses grupos na *Internet* se torna maior devido à criação e popularização do *Orkut* no país e as condições econômicas dos membros dessas classes que lhes permitiam possuir computador com acesso à *Internet* ou frequentar *lan houses*. Profissionais liberais entusiastas e jovens universitários que tiveram um primeiro contato com o liberalismo econômico em seus cursos teriam passado a frequentar comunidades no *Orkut* para discutir e trocar conteúdos sobre os materiais que tratavam do tema.

Foi por meio desta rede que a militância do *Orkut*, politicamente inexperiente e sem grandes fontes de financiamento, pôde acessar empresários, organizações e lideranças estabelecidas dentro e fora do

³⁴ *Orkut* foi um site de relacionamentos e rede social criada em 2004 e desativada em 2014.

Brasil. Esses atores poderiam contribuir não apenas com apoio financeiro às iniciativas propostas pelos militantes, mas também, e principalmente, com sua formação por meio de cursos, palestras, intercâmbios e demais programas patrocinados por *think tanks* liberais nacionais e estrangeiros (ROCHA, 2019, p. 12).

Por volta de 2010, teria havido um grande crescimento no número de organizações de cunho liberal, que não só ganharam um público maior nas redes como conseguiram visibilidade midiática, devido a intelectuais de direita os quais se engajaram na disseminação dos ideais conservadores e liberais e que se reuniram cada vez mais em torno de uma identidade comum (ROCHA, 2019).

Tais movimentos ganharam força como consequência de crises econômicas e políticas, principalmente com o governo Dilma em 2014, devido ao “contexto político específico, marcado pela crise do governo encabeçado pelo Partido dos Trabalhadores [...], uma situação de estagnação e crise econômica” (FIRMINO 2016, p. 7). Entre 2011 a 2013 os governos a época tiveram que enfrentar situações de instabilidades nos planos ambiental e social, o país apresentou uma queda nos indicadores econômicos levando a um crescimento pífio do PIB, houve também um maior endividamento da população por políticas de crédito e financiamento e o país enfrentou greves em vários setores (SILVA JÚNIOR, 2013).

Foi justamente em meio às revoltas de junho de 2013 que surgiu a ideia de reunir a militância liberal em um movimento mais amplo, que não se restringisse às limitações existentes pelas organizações criadas até então – o qual recebeu o nome de Movimento Brasil Livre (MBL) (ROCHA, 2019, p. 22).

A crise política enfrentada pelo PT se deu principalmente pelo desgaste de sua representatividade, sobretudo entre setores da classe média conservadora brasileira, mormente a partir do “escândalo do mensalão”³⁵ em 2005, um achatamento nos ganhos econômicos e perda de *status* da classe média em contrapartida aos maiores benefícios destinados às classes mais pobres e sua maior participação no mercado consumidor. Estes, entre outros fatores, acabaram gerando uma grande quebra de confiança generalizada em torno do Partido dos Trabalhadores, seus líderes e no sistema político como um todo, o que levou também a um possível ressentimento de

³⁵ O escândalo consistia na descoberta de repasses de fundos de empresas, que faziam doações ao Partido dos Trabalhadores (PT) para conquistar o apoio de políticos. Consultar: Miguel e Coutinho (2007), Junqueira da Silva (2008), Novaes de Senne (2009), Darie (2018).

setores médios por verem feridos princípios ideológicos de meritocracia e por sua aversão a políticas de inclusão social (ALONSO, 2017; FIRMINO 2016; GIRELLI, 2018; SINGER, 2013). Quem não se lembra do icônico exemplo de uma professora-doutora da universidade da elite do Rio de Janeiro que ironizou um homem (advogado) no Aeroporto Santos Dumont no Rio, ao postar uma foto dele em suas redes sociais pelo simples fato de estar vestido com camiseta regata e bermuda. No caso em questão a mulher se questionava se ali era “Rodoviária ou aeroporto?”. A postagem ofensiva veio seguida de outros comentários como “*O pior é que o Mr. Rodoviária está no meu voo. Ao menos, não do meu lado. Ufa!*”, ou “*O glamour de voar definitivamente se foi.*”, “*Isso é só uma amostra do que tenho visto pelo Brasil*” (TOLEDO, 2014; TORRES, 2014a).

De acordo com Neil Davidson, movimentos sociais de direita contam, frequentemente, com uma adesão decisiva das classes médias. Não por acaso, as mobilizações de direita mais comuns ocorrem contra governos reformistas que aplicam políticas redistributivas que beneficiam a população mais pobre ou a classe trabalhadora, opostas aos interesses das classes médias (DAVIDSON, 2013, *apud* FIRMINO 2016, p. 12).

Girelli (2018) utiliza o conceito de aporofobia como uma possibilidade explicativa para o crescente oposicionismo, seguido da construção do ódio aos ex-presidentes Lula e Dilma e o Partido dos Trabalhadores. Aporofobia, de forma generalizante, seria o medo, rejeição ou repugnância que pessoas com boas condições de vida teriam em relação aos pobres. Tal possibilidade de análise pode ser feita se considerarmos a origem de ambos os ex-presidentes, o fato de Lula não possuir formação média e também as políticas públicas e sociais amplamente voltadas para a população pobre e outras minorias sociais.

Esse sentimento e atitude de medo e rejeição em relação aos mais necessitados são adquiridos socialmente a partir da difusão dos discursos que vinculam pessoas com poucos recursos financeiros à delinquência e a uma suposta ameaça à estabilidade e à ordem. Tendo em vista a situação de vulnerabilidade social pela qual passam, fica muito difícil que as pessoas empobrecidas consigam defender-se da culpabilização que lhes é feita por estarem nessa condição. O mecanismo psicológico que alimenta a aporofobia, portanto, é a generalização apressada, isto é, o preconceito (GIRELLI, 2018, p. 36-37).

Políticas como o Programa Bolsa Família³⁶ são constantemente atacadas por opositores ao governo, e principalmente membros de certos segmentos pertencentes à uma classe média conservadora e/ou liberal. Visto como paternalismo ou, em muitos casos, como um meio de acomodar a população para uma suposta implantação de um governo comunista em que todos devem depender do Estado, tanto tais programas sociais quanto quem depende deles acabam sendo hostilizados de inúmeras maneiras. As pessoas que necessitam de assistência do Estado passam a ser associadas também ao PT, portanto, esquerdistas, comunistas e mais, preguiçosos.

As condições sociais da população menos favorecida e a necessidade de serem assistidas pelo Estado são reduzidas a um mero comodismo e culpabilização pela sua própria condição. Ou seja, mesmo em um país repleto de desigualdades sociais prevalece a máxima de que “o pobre só é pobre porque não trabalha o suficiente”. Isso ficou evidenciado mais recentemente com Paulo Guedes, atual ministro da economia do governo de Jair Bolsonaro, ao afirmar que pobres só seriam pobres porque não poupam: “*Os ricos capitalizam seus recursos. Os pobres consomem tudo*” (CONGRESSO EM FOCO, 2019).

Mesmo que ponderemos certa responsabilidade de agência por parte do indivíduo para sair da situação de pobreza em que se encontra, devemos considerar, em um contexto mais amplo, que as causas são alheias e exteriores aos sujeitos enquanto indivíduo. Portanto, quanto à questão da pobreza, é importante destacarmos que o problema é muito mais profundo e envolve discussões que passam pela educação, segurança pública, saúde pública de qualidade, oportunidades de emprego, bom funcionamento do aparelho estatal e jurídico etc. Mas, “independentemente das causas, esse segmento social precisa de amparo para suprir suas necessidades e não ser abandonada à própria sorte” (GIRELLI, 2018, p. 37).

No entanto, essa mesma possibilidade sociológica de percepção das condições de pobreza é distorcida e pejorativamente tratada com a expressão “vítima da sociedade”. Esta expressão é comumente utilizada por grupos políticos de direita e por parcela da população brasileira ao inferir que o único e exclusivo motivo por

³⁶ Programa de transferência de renda do Governo Federal, instituído no Governo Lula pela Medida Provisória 132, de 20 de outubro de 2003, convertida em lei em 9 de janeiro de 2004, pela Lei Federal n. 10.836, que unificou e ampliou programas anteriores de transferência de renda. Consultar: Brasil (2004), Ávila (2013), Jabs Eger (2013), Kawauchi (2019).

alguém “pertencer ao mundo do crime” é por culpa própria ou uma inerência ou propensão do sujeito à criminalidade.

Não é à toa que durante as manifestações a favor do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff muitos manifestantes colocavam-se, de modo muito enfático, contrários a diversos programas de inclusão social, entre eles, o Bolsa Família, por ser considerada uma forma de “sustentar vagabundos”. [...] esses programas de inclusão dos pobres, como o Fome Zero e o Bolsa Família, sempre foram recebidos com dúvidas e ironias pela mídia, empresários e até mesmo intelectuais. Diz ainda que os políticos de oposição trataram essas iniciativas como “mera demagogia, populismo, assistencialismo, repetição ou equívoco” (ANDRADE, 2008, *apud* GIRELLI, 2018, p. 38).

Extrapolando a ideia de aporofobia, cujo medo se direciona a um grupo específico, como trata Girelli (2018), partiremos brevemente para a ideia de *medo social* como conceito mais geral para explicar o cenário já introduzido até aqui. Para Dias (2006), sequências de instabilidades sociais, como diminuição do poder de compra, problemas nos sistemas políticos, educacionais e de saúde, desemprego, corrupção, dentre muitos outros, levariam a uma falta de perspectiva quanto ao futuro. Isso se mostra flagrante em uma forma de sentimento generalizado de desconfiança, desesperança e insegurança. Este conjunto de sentimentos por sua vez resultaria no que ele designa de “*medo social*”, originado das relações que temos cotidianamente uns com os outros.

Este tipo de medo rouba-nos o desejo de estar em novos espaços e a vontade de fazermos incursões no ambiente desconhecido, como se a nossa concha habitual nos protegesse de todas as inseguranças que nos ameaçam – perdemos o desejo de nos expor ao contacto com a natureza. O medo social atrofia a nossa autoconfiança, a vontade de aplicarmos as nossas competências no autoaperfeiçoamento e em benefício daquilo que fazemos, para além de parasitar, não raras as vezes, os processos de produção. Esta emoção distorce as nossas percepções, entrava os processos criativos e bloqueia o desenvolvimento do sistema de afetos – numa palavra: o desenvolvimento humano (DIAS, 2006, p. 297).

Nesse sentido, queremos tratar que, as várias crises enfrentadas pelos governos petistas, os escândalos de corrupção e o ganho de – pouco – poder aquisitivo das camadas mais pobres teria despertado esses sentimentos de desconfiança, desesperança e insegurança em camadas médias, conservadoras e liberais brasileiras, proporcionando este medo social. Para Elias (1993), o medo vem

sendo utilizado como forma de manutenção e reprodução das estruturas sociais na modernidade passadas de geração para geração. Em nossa sociedade estes medos seriam representados como o medo de reprovação social, de perder o emprego, da perda de poder e status sociais, entre outros (REZENDE; COELHO, 2010).

Aos poucos, a desconfiança em torno da figura do Partido dos Trabalhadores teria se transformado nesses medos que, por sua vez, começaram a ser utilizados diretamente como forma de controle social e político. Figuras públicas como políticos, influenciadores digitais, jornalistas e artistas passaram a utilizar cada vez mais abertamente mecanismos para incutir medo no público, onde “ainda hoje, o medo é alimentado pelas elites urbanas e políticas para assegurarem os seus objetivos e privilégios relativamente a uma larga camada de população que vive nos limiares da pobreza, atirada para as zonas marginais da vida social” (DIAS, 2006, p. 300).

Medo de que o país fosse dominado pelas esquerdas, medo de uma ameaça comunista, medo de que o Brasil entre em um estado de pobreza, medo da ruptura dos “valores tradicionais brasileiros”, e acima de tudo, medo do outro, a quem se atribui a responsabilidade de todo o mal acometido, da violência, do fracasso e da corrupção, são alguns desses exemplos que foram largamente professados nos últimos anos. Para Dias “o medo social faz-nos ver em cada desconhecido, e às vezes também nos conhecidos, um potencial inimigo a evitar ou a abater” (DIAS, 2006, p. 297). O medo social seria, assim, uma emoção difusa presente a um conjunto mais ou menos vasto da sociedade e que pode ter, nesses termos, causas ou alvos reais ou imaginários tanto do passado quanto do futuro cuja experiência de temor se dá no presente.

Este medo social, por sua vez, teria levado a um caminho de ódio direcionado ao outro como forma de ação social ou resposta contra o outro, construído principalmente em torno de discursos maniqueístas de nós contra eles, de bem contra o mal, de direita contra esquerda, conservadores contra progressistas (STANLEY, 2018). Aos poucos, esse ódio das elites e de setores médios conservadores e/ou liberais direcionados ao PT e aos seus dois últimos ex-presidentes foi travestido de uma falsa moralidade anticorrupção conservadora e cristã. Com isso os espectros políticos de posições libertárias, progressistas e de esquerda como um todo, de forma vaga e generalizante associadas ao PT, e também de forma equivocadamente proposital ao comunismo, foram sendo desenhadas como “grandes organizações

detentoras do mal e da corrupção que destruiu o país”. Essa percepção de um novo inimigo a ser combatido ampliou a polarização política no país, permitindo que o sentimento de desconfiança, medo, ódio e aversão tomasse conta também do imaginário e do repertório emotivo coletivo de outras classes sociais menos abastadas.

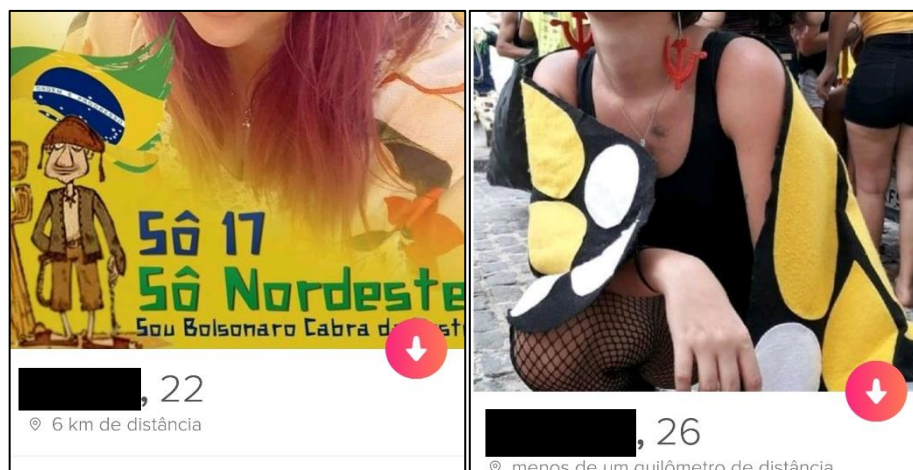
3.3. #ForaDilma

3.3.1. Verde, amarelo e vermelho: polarização política e antagonismos entre direita e esquerda

A essa altura a polarização política já havia tomado conta do país, tanto entre a população em geral, nas manifestações, nos políticos e na mídia. O principal elemento gerador da dicotomia política que assolou o país desde 2013 girava em torno da pauta moral anticorrupção e antipetista, mais que o combate à corrupção ou a reforma do sistema político em si. Após a reeleição de Dilma, em 2014, os embates e a radicalização ideológica entre os polos “direita/esquerda”, as expressões de ódio de ambos os lados e um clima de hostilização, direcionada à então presidenta, foram amplificados (ALONSO, 2017; PENTEADO; LERNER, 2018; WAINBERG; MILLER, 2017).

Figura 11 - Usuários(as) do Tinder e a apropriação de cores e signos como elemento político





Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

As cores verde e amarelo passam a ser usadas em contraposição ao vermelho e dá o tom do “maniqueísmo” deste oposicionismo entre “direita/esquerda”. Como destaca Cesarino, o uso das cores e demais elementos estéticos, como a bandeira brasileira, com significantes vazios, é corriqueiramente utilizado em mobilizações políticas e sociais como forma de angariar afetos, fazendo com que “a simples visão de uma blusa amarela ou vermelha [seja] capaz de evocar raiva ou indignação” (CESARINO, 2020, p. 115). Cada vez mais os signos estéticos foram sendo associados a uma noção vaga e nada esclarecedora de esquerda e direita e um conceito menos esclarecedor ainda de um “mal maior”, o comunismo, de um lado, e os “conservadores cristãos” de outro.

Nas imagens acima, utilizadas como fotos de perfil por usuários(as) do aplicativo *Tinder*, podemos perceber como alguns desses elementos estéticos são apropriados e (re)significados, passando a ser utilizadas como símbolos que evocam um conjunto de significados morais capazes de expressar, comunicar e emitir a outros(as) uma infinidade de mensagens possíveis de codificação dentro daquele contexto específico. Neste caso, o contexto em que tais elementos estéticos possuem essa capacidade de informar algo de si para o(a) outro(a) diz respeito a uma espécie de maniqueísmo, quase no termo religioso de fato, da política brasileira. Nesse sentido, estaria aí a capacidade, como expresso por Cesarino (2020), não só de informar, desses elementos estéticos, mas também, de evocar, gerar, despertar ou angariar afetos.

A primeira imagem é de um usuário do sexo masculino, funcionário público estadual, sem idade sendo exibida no perfil. Na foto selecionada, a presença de uma

bandeira ao fundo com a foto de Bolsonaro sugere que este usuário se encontra em uma aparente manifestação de rua pró-Bolsonaro, provavelmente ainda em período de campanha. Em sua descrição de perfil nos é exibido um texto mais elaborado apresentando alguns elementos e características pessoais, como ser solteiro e não ter filhos, aparência física, signo e religião, no qual o mesmo afirma ser budista. O usuário também apresenta o seu anseio por “*casar e formar família*” e, corroborando com a imagem de perfil, afirma ser “*direitista*”, por isso mesmo, este perfil fora alocado nas subcategorias “*Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro > Se denominando de direita ou conservador(a)*”. O que mais chama atenção nesta foto é, no entanto, o fato de o usuário estar portando uma bandeira do Brasil Império, cujo governo era uma monarquia constitucional parlamentar representativa, tendo tido como imperadores D. Pedro I e seu filho, D. Pedro II. Mesmo não sendo crível discorrer sobre a possibilidade de ciência deste usuário quanto a carga simbólica, narrativa e histórica presente no ato de portar tal bandeira, nos basta apontar que esta é utilizada hoje por manifestantes de extrema-direita ultranacionalistas e reacionários que partilhariam de um aparente sentimento de aversão a mudanças políticas, sociais, culturais e econômicas, e um desejo pela volta a um passado histórico, muitas vezes narrado e imaginado como tendo sido um período de glória da história de uma nação.

Na imagem seguinte, temos uma usuária do sexo feminino, 22 anos, que não apresenta sua profissão e não possui descrição de perfil. Na imagem em tela a usuária encontra-se na praia, e a foto em questão possui um tema referente a campanha de Jair Bolsonaro. O tema apropria-se também de alguns signos da região Nordeste como forma de demonstração generalizada de apoio a Bolsonaro. O referido perfil fora alocado nas subcategorias “*Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro > Fotos com slogans de campanha*”.

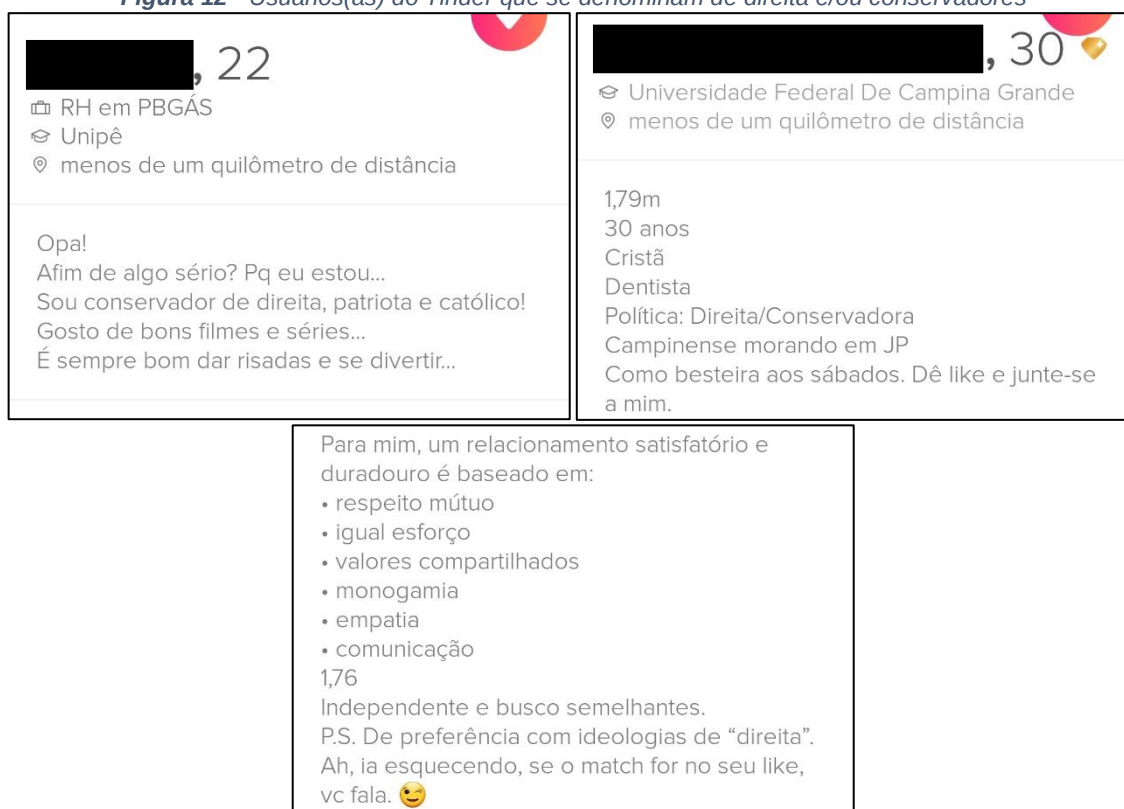
Em ambas as imagens é possível perceber como as cores verde e amarelo e a bandeira nacional são apropriadas pelos(as) manifestantes que se consideram “*direitista*”, “*conservador*” e “*patriota*”. Para aqueles(as) que partilham dos mesmos ideais políticos e conjunto de moralidades dos dois usuários aqui descritos nos é possível inferir, como já mencionado, a capacidade desses elementos de despertar um conjunto de sentimentos de identificação, solidariedade etc.

Em oposição, teríamos os possíveis sentimentos de aversão, raiva e indignação alavancados ao visualizar o par de fotos ao lado, cujos elementos estéticos

evocam a liberdade de Lula e também os signos da foice e martelo e a cor vermelha, em associação a um comunismo imaginado. Destarte, o mesmo pode ser inferido para aqueles(as) que partilham dos conjuntos de ideais políticas, morais e afetivas dos outros dois usuários à direita. Assim, os elementos simbólicos que constituem as fotos à direita seriam igualmente capazes de evocar esse conjunto de sentimentos de identificação, solidariedade etc., bem como os possíveis sentimentos de aversão, raiva e indignação alavancados ao visualizarem o par de fotos dos usuários à esquerda.

Estes elementos nos permitem chegar à discussão seguinte. Traremos a seguir as distinções e semelhanças percebidas entre os(as) usuários(as) que utilizaram de seus perfis para demarcar seu posicionamento dentro deste espectro ideológico polarizado. Assim, traremos alguns sujeitos que se identificam em seus perfis como de direita, conservador ou patriota de um lado, e os que se identificam como de esquerda, petista ou comunista de outro. Desta feita, buscaremos apresentar as principais características e recorrências percebidas nos perfis, levantando as formas de apresentação de si, critérios e características desejadas para seleção do outro.

Figura 12 - Usuários(as) do Tinder que se denominam de direita e/ou conservadores



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Ambos os perfis apresentados acima pertencem as subcategorias “*Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT > Se denominando de direita ou conservador(a)*”, composta por um total de 07 perfis coletados, dos quais quatro são de usuárias do sexo feminino e três de usuários do sexo masculino com idades entre 20 a 37 anos. Duas das usuárias apresentam elementos estéticos em suas fotos de perfis que nos remeteria a um grau mais elevado de capital econômico, sendo uma dentista e outra afirmando ser modelo e *promoter*.

Os demais perfis apresentam fotos de si na qual não exibem grandes capitais econômicos ou sociais na figura de objetos de consumo de alto valor econômico e afins. Ambos(as) os(as) usuários(as) nesta subcategoria apresentam descrições de perfil elaboradas, contendo informações como idade, altura e local de origem, porém, com pouquíssimas informações sobre características e gostos pessoais, votando-se mais à elementos de apreciação ou recusa no/do outro.

Algumas das descrições presentes nesta subcategoria nos ajudaram a iniciar nossa discussão sobre a ideia de que determinados conjuntos de valores, dentre eles o político, estariam sendo utilizados de forma direta como critério para o estabelecimento de experiências afetivo-sexuais no aplicativo.

É o caso de um usuário do sexo masculino, 37 anos de idade, que afirma: “*Independente e busco semelhantes*”. O usuário segue apontando que para o estabelecimento de um relacionamento duradouro e satisfatório seria preciso, dentre outras coisas, “*valores compartilhados*”. Tais apontamentos não diriam muito por si só no que diz respeito ao tema aqui tratado, no entanto, o mesmo usuário segue sua descrição de perfil apresentando alguns de seus valores políticos ao informar: “*P.S. De preferência com ideologias de ‘direita’*”. Ou seja, para este usuário, dentre várias semelhanças e valores compartilhados que seriam necessários para um relacionamento duradouro e satisfatório, um deles permeia sobre a preferência em encontrar outra pessoa com o mesmo posicionamento político e ideológico.

Figueiredo (2016) identifica que um dos elementos para a busca e escolha de um(a) parceiro(a) nos aplicativos de relacionamento é a similaridade, tanto de gostos e objetivos quanto no nível cultural e financeiro. Nesse sentido, a semelhança é muito desejada em relações de longo prazo. Assim, a autora afirma que “em relação aos aspectos da busca por similaridades podemos concluir que os aplicativos são agentes

facilitadores, pois explicitam gostos, interesses, nível educacional, altura e demais informações de maneira rápida e ágil” (FIGUEIREDO, 2016, p.127).

Uma segunda usuária utiliza uma abordagem um pouco mais direta ao apresentar sua busca por um(a) parceiro(a) com “valores compartilhados”. Esta usuária, de 20 anos, “*Promoter e Modelo*”, deixa bem claro ao dizer: “*Sou de direita, pró Bolsonaro, achou ruim? Dislike tá aí pra isso*”. A mesma, desta forma, transmite diretamente aos demais que, caso haja incompatibilidade com seu posicionamento político deve-se optar por não curtir seu perfil, onde, de igual modo, ela não curtirá outros perfis que venham a se identificar como de esquerda, por exemplo.

Aqui, nos chama atenção também que, do total de 04 perfis de usuários do sexo masculino compondo o grupo de “*Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT*”, três foram coletados com perfil configurado como masculino.

Embora a lógica por trás dos algoritmos de busca de sites e aplicativos como o *Tinder* não seja tão clara, visto que a própria empresa não divulga abertamente “toda a receita secreta”, parte do funcionamento de busca se dá por meio de sua proatividade dentro do aplicativo (ficar online, ver mais perfis, dar e receber *likes*), parâmetros aplicados pelo chamado *Algoritmo 101*. Outros fatores de relevância seriam determinantes na efetivação de um *match*, é o caso dos chamados *dados de interesse*, que seriam as informações dadas pelo usuário na construção de seu perfil (localização, idade, gênero do(a) usuário(a) e gênero de interesse). Segundo o próprio site, não são considerados, no algoritmo do aplicativo, por sua vez, a cor ou etnia, classe social, religião. Embora estes elementos possam ficar submetidos subjetivamente aos perfis mais curtidos por outros(as) usuários(as) de uma região³⁷.

Como parte da lógica de busca do algoritmo do *Tinder* permeia por uma filtragem de gênero, não seria difícil imaginar que estes três perfis de homens encontrados com nosso perfil configurado com apresentação do sexo masculino e para visualizar perfis de homens e mulheres, estariam igualmente procurando por outros usuários do sexo masculino, e/ou ambos os sexos. Nesse sentido, estes usuários se enquadrariam em uma busca homoafetiva, ou biafetiva dentro do aplicativo. Discutir a sua sexualidade, porém, não é nosso objetivo aqui, mas sim, problematizar a exibição de usuários do sexo masculino que se posicionam

³⁷ Blog do *Tinder*: <https://blog.goTinder.com/powering-Tinder-r-the-method-behind-our-matching/>. Acessado em 23/09/2020.

politicamente como sendo de direita, conservadores e cristãos e apoiadores de Bolsonaro para o nosso perfil também identificado como sendo do sexo masculino.

Caso seja fato que estes três usuários busquem por relacionamentos homo ou biafetivo dentro do aplicativo, isso não iria contradizer suas identificações e posicionamentos como cristãos, conservadores, de direita etc., e vice-versa. Ainda que grande parte de movimentos sociais identitários se posicionem contrários a Bolsonaro, da mesma forma que este apresenta inúmeros discursos adversos a estes tipos de movimentos, Cesarino (2019) destaca que, embora o antagonismo bolsonarista eleja elementos como marcadores sociais da diferença (gênero, raça e orientação sexual por exemplo), estes, por sua vez, são diretamente associados ao posicionamento político-ideológico. A fama de misógino, racista e homofóbico de Bolsonaro transformou esse público numa espécie de inimigos, porém, o antagonismo apresenta características um pouco mais seletivas. Ou seja, seus ataques não costumam ser contra todos os negros, gays ou mulheres, mas direcionados aqueles(as) em clara oposição político-ideológica a ele.

Durante a campanha, a memética bolsonarista mobilizou todos estes, de modo central, enquanto inimigos – porém, teve o cuidado de traçar a fronteira antagonística não entre brancos e negros, homens e mulheres, ou heteros e gays, mas entre a militância feminista, LGBT e do movimento negro e os “cidadãos de bem”. Assim, brasileiros negros, pardos, gays ou mulheres que não tinham um investimento especial na gramática identitária das políticas de reconhecimento (podemos supor, uma maioria) puderam ter seu pertencimento mobilizado pela cadeia de equivalência do bolsonarismo, que operou com significantes vazios como “brasileiros”, “trabalhadores”, “cidadãos de bem” ou “patriotas”. Já a frente antagonística do aparato trabalhava com padrões discursivos semelhantes àqueles mais gerais direcionados ao antipetismo, associando a militância à figura do bandido, da ameaça ou da elite hipócrita e corrupta. Como condensado em uma frase circulada no WhatsApp após a eleição: “Os esquerdistas praticam ATIVISMO, enquanto os conservadores de direita praticam o PATRIOTISMO” (CESARINO, 2019, p. 541-542).

Dentre os três perfis, ambos parecem buscar um relacionamento sério e duradouro, como namoro. O primeiro, como apresentado, elege características para “*um relacionamento satisfatório e duradouro*”; os outros dois, por sua vez, afirmam o que pretendem com o aplicativo: “*Procuro amizades que podem levar ao namoro*”; “*Afim de algo sério? Pq eu estou...*”.

Os(as) demais usuários(as), embora não sejam diretos ao abordarem e apontarem critérios políticos do outro, também trazem em suas descrições os valores ideológicos dos quais partilham, proporcionando, com maior facilidade, a atração de outros(as) usuários(as) que também buscam “semelhantes”. Embora sejam consideravelmente em menor número, algumas das frases encontradas nos perfis coletados cujos usuários(as) apresentam seu posicionamento político à direita e/ou apoio ao governo Bolsonaro veem reproduzidas abaixo:

*“Bolsonaro 2018”
“Política: Direita/Conservadora”;
“#TchauPT, agora é com o mito!”;
“De preferência com ideologias de “direita””;
Armamentista, anti-marxista e anti-feminista.;
“De deireita. Olavo de Carvalho e Italo Marsili”;
“Sou conservador de direita, patriota e católico!”;
“sô 17, sô nordeste, sou Bolsonaro cabra da peste”;
“Se você é LULA LIVRE não perca seu tempo comigo”;
“Sou de direita, pró Bolsonaro, achou ruim? Dislike tá aí pra isso”;
“Se você super valoriza o consumo de bebida alcoólica, fuma maconha ou usa Hashtag anti bolsonaro, vá diretinho no X e economize o nosso tempo”;
“Ela é muito engraçada, pena que me ignorou depois que eu disse #elenao”
[...] 17 anos, conservadora [...]”.*

Estes(as) usuários(as) se apresentam evocando a pertença a grupos cujas identidades giram em torno do ato de se considerarem de “direita/conservadora”, “conservador de direita, patriota e católico!”, “direitista”. Neste sentido, também nos chama atenção a relação entre religiosidade e conservadorismo de direita. Segundo analisa Almeida (2019), há uma íntima articulação entre parte do segmento religioso, em especial o evangélico, com um crescente conservadorismo moral e político no debate público nacional e internacional. No Brasil, essa relação entre evangélicos e conservadorismo político seria um dos eventos responsáveis por uma crise na política brasileira – polarização a partir das eleições de 2014, impeachment de Dilma em 2016 – cujo resultado teria sido a eleição de Bolsonaro em 2018 (ALMEIDA, 2019).

A identificação de si como “cristã(o)” além de aparecer nas descrições de perfis na subcategoria “Se denominando de direita ou conservador(a)”, como apresentado acima, também aparecem em outros perfis alocados nas subcategorias “Fotos com slogans de campanha” e “Crítica a outros usuários opositores políticos e ideológicos”. Usuários(as) encontrados(as) aqui, além de apontarem como critério explícito seu posicionamento político e outras preferências quanto a(o) outro(a), explicitam

também, sua religiosidade como sendo parte da apresentação de si, seguido de seu posicionamento político.

Uma das usuárias, mostradas na imagem acima, expõe em sua descrição ser “*cristã*”, seguido da sua profissão, dentista, e logo abaixo ser de “*Direita/Conservadora*”. Podemos estabelecer uma possível hierarquização de valores nesta descrição, por mais que seu texto possa ter sido elaborado sem considerar conscientemente estes fatores hierárquicos. Nesta lógica, ser “*cristã*” seria a prerrogativa de maior importância para esta usuária, sendo apresentado primeiro, seguido de outros conjuntos de valores, neste caso, o político. Uma segunda usuária segue este mesmo padrão e inicialmente afirma ser cristã, e já na frase seguinte de sua descrição de perfil expõe para os demais usuários que, se o outro “*usa Hashtag anti bolsonaro, vá diretinho no X e economize o nosso tempo*”.

Podemos tomar como exemplo o próprio *slogan* de campanha de Jair Bolsonaro “Deus acima de tudo, Brasil acima de todos”, e que também é utilizado em algumas fotos de perfis de usuários(as), dos(as) quais trataremos posteriormente. Assim como percebido nos perfis analisados aqui, o próprio *slogan* do Governo Bolsonaro também nos apresentaria não somente uma relação entre cristianismo e conservadorismo de direita, mas também a apropriação desta identificação religiosa pela direita política, bem como esta possibilidade de hierarquização de valores, ser cristã(o) primeiro e conservador de direita em seguida.

Teríamos, assim, de forma diretamente expressa, uma mescla entre religiosidade e outros critérios de escolha para as possibilidades de construção de um vínculo afetivo e sexual. O posicionamento ideológico/político/partidário é apresentado mais enfaticamente tanto para seleção dos(as) usuários(as), quanto para o estabelecimento de possíveis vínculos afetivo-sexuais. De tal modo, apresentar-se como sendo cristã(o) e/ou conservador(a) de direita, favorável ou contrária a candidatura de um Presidente da República evocaria um conjunto de moralidades sobre ambos(as) os(as) usuários(as) que refletiriam tanto nas possíveis curtidas que irão desferir quanto nas curtidas que poderão vir a receber.

Embora o *Tinder* seja um aplicativo de relacionamentos com inúmeros propósitos, não somente atribuído pela própria marca, mas também pela cocriação de valores por meios dos próprios usuários (CAVALCANTI, 2017), ele não é voltado especificamente para um público religioso. Por ser utilizado tanto para busca de

relacionamentos afetivos (amizades, namoro, casamento), quanto para a busca de sexo casual, realização de fetiches, prostituição etc., alguns estigmas podem ser criados em torno do aplicativo como sendo utilizado para “putaria”. Estes estigmas poderiam possibilitar o afastamento de usuários com tendências religiosas mais fortes, levando-os a sites e aplicativos de relacionamentos voltados especificamente para esse tipo de público.

Não fica explícito nas descrições de perfis coletadas aqui que estes(as) usuários(as) buscam por parceiros(as) que, por sua vez, também sejam cristãos. É possível deduzir, no entanto, que este elemento poderá ser levado em consideração no momento da escolha de quem curtir ou manter contato, ou mesmo estabelecer algum tipo de vínculo afetivo de médio ou longo prazo, restando saber se com maior ou menor grau de importância do que o fator político. Porém, nos perfis coletados em que são expressos o posicionamento religioso, o conteúdo das descrições versa mais sobre si do que exigindo, *a priori*, uma mesma conduta religiosa do outro que se busca. Apesar disso, ficaria implícito que suas correspondências no aplicativo ao menos estariam informadas quanto ao elemento religioso, partindo do suposto de que leram as descrições antes de curtir o perfil em questão.

Já a subcategoria “*Se denominando de esquerda, petista ou comunista*” é composta por um total de 17 perfis de usuários(as) com idades de 19 a 41 anos, dos quais quatro são de usuários homens, doze de usuárias mulheres e um perfil de uma usuária que se identifica como mulher trans. Os perfis apresentam fotos dos(as) usuários(as) na qual não exibem itens que demonstrem elevados capitais econômicos e de *status* na figura de objetos de consumo de alto valor monetário e afins. A maioria das imagens que compõem estes perfis apresentam os(as) usuários(as) em fotos tiradas de si mesmos(as), ambas com uma composição simples, com um fundo que remete à própria casa.

Algumas usuárias se apresentam com fotos com algum animal doméstico como cão e gato e outras duas com itens que aludem a causas políticas como uma bandeira LGBTQIA+ e outra com brincos em formato de foice e martelo, como exibido no início desta discussão. Ambos(as) os(as) usuários(as) nesta subcategoria apresentam descrições elaboradas de perfil, contendo informações como idade, local de origem, profissão, gostos e características pessoais que aparecem com maior importância para estes(as) usuários(as) do que para os anteriores, como “*Praia, Cinema, Sinuca,*

Séries, Livros, Rock, Reaggae, Jazz, Blues, Cerveja, Chopp, Café, Açaí e Sushi”, ou ter “mil interesses e tô sempre fazendo alguma coisa, mas aqui vão alguns: livros, quadrinhos, séries e filmes, Budismo, design, ilustração/pintura, fotografia, viagens... gosto de aprender coisas novas”.

Algumas características consideradas como pontos fracos também são destacadas, mas logo sobreposta por pontos considerados positivos que valeriam a pena ser apresentados: “*Sou um amorzinho, ou eu pelo menos tento*”; “*Danço muito mal (desculpa), adoro conversar, principalmente leseira - mas provavelmente vou terminar falando sobre as viagens de minha cabeça aquariana*”; “*comunicativa, intensa, verdadeira, leal, toda cuidados e atenção com quem ama. Tenho coração aberto para os bons sentimentos e boas energias! Amo animais principalmente cães*”.

Dentre estes(as) usuários(as) destaca-se o fato de a grande maioria se identificar como estudante ou apontar sua profissão, sendo estes(as), por exemplo, estudantes de História, Antropologia, Engenharia Ambiental, Biologia, Medicina, duas advogadas e uma arquiteta.

Figura 13 - Usuários(as) do Tinder que se denominam de esquerda, petista ou comunista

[illegible]

Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Na elaboração de suas descrições de perfil os elementos de apresentação de si, por meio de características e gostos pessoais, muitas vezes aparecem mesclados

com posicionamentos políticos, sendo este, desse modo, encarado como mais uma das muitas características definidoras do eu. Embora estes mesmos elementos também pareçam definir os que se denominam como “*conservadores/de direita*”, aqueles expõem seu posicionamento político em frases separadas das características e gostos, num sentido de ser uma característica a parte às percebidas como pessoais. Já estes, entranham de forma emaranhada seu posicionamento político com seus *hobbies*, gostos e definições de si e de seu caráter.

Ao se apresentar como “*estudante de história, bastante nerd e petista safado*”, por exemplo, este usuário parece equiparar em grau de importância o fato de ser tanto estudante e *nerd* quanto ser petista. De igual modo, uma outra usuária, estudante de Engenharia Ambiental, de 22 anos, se apresenta como “*Radiante quanto o sol ahaha, ama cantar e nadar, mãe de pet, gorda, viciada em jogos, comunista, sincera, romântica, companheira, bi e escorpiana*”. Esta usuária se identifica como “comunista” ao mesmo passo em que apresenta na mesma frase seus gostos pessoais, características físicas e interpessoais. Ambos indicam a relevância de expor não somente elementos pessoais que julgam importantes em si para que o outro saiba no ato de curtir ou não o seu perfil, como também seu posicionamento político-ideológico meio a essas características, ambas fazendo parte de quem são.

Valores morais aparecem de forma explícita nesses perfis, como é o caso das usuárias, uma advogada de 33 anos e uma estudante e estagiária da Justiça Federal na Paraíba de 41 anos, que afirmam, respectivamente: “*procurando bom papo e boa companhia*”; “*prezo pelo respeito e a equidade!*”. Para estas usuárias o que se busca em uma possível relação com o outro, mediada pelo *Tinder*, começaria pela capacidade em se estabelecer um “*bom papo*” com outros(as) usuários(as) e que este(a) se mostre como sendo uma “*boa companhia*”.

Para isso, em muito, seria necessário que se possa estabelecer uma relação que mantenha níveis de respeito nos diálogos e na interação, bem como um certo senso de justiça pautado no respeito à igualdade de direitos. Podemos pensar especificamente no “*respeito e equidade*” de gênero nestes exemplos, posto que uma apresenta sua sexualidade ao afirmar ser “*bi*”, ao mesmo passo em que ambas se posicionam como feministas. Nesse mesmo sentido, outra usuária, advogada de 29 anos, expõe ser “*Esquerdista, Anti-machismo, Anti-Racismo, Anti-Homofobia*”. Ambos seriam valores morais necessários para o estabelecimento de uma relação saudável

entre gêneros e sexualidades distintas, independentemente de posicionamentos políticos.

Nestes casos, podemos perceber traços do que caracterizaria a ideia de amor confluyente de Giddens. Para estes(as) usuários(as), conforme esboçam em seus perfis, parece ser valorizado elementos que lhes permitiriam estabelecer um “relacionamento especial” no qual se presume a importância e necessidade de manifestar preocupações, respeito mútuo e de igualdade na doação e no recebimento interacional e emocional, respeitando as necessidades do outro. Embora não esteja dizendo que tais necessidades não sejam exigidas também dos(as) usuários(as) abordados(as) anteriormente, vale ressaltar esta distinção na composição de seus perfis. Naqueles é enfatizada as definições do que se espera do outro, nestes aparecem de forma mais evidente o que se deseja da relação com o outro: “[...] *cerveja e bom papo para ser feliz*”, “[...] *respeito e equidade*”, “[...] *bons sentimentos e boas energias*”, “[...] *bom papo e boa companhia*”, sendo a exceção o fato do outro ser eleitor de Jair Bolsonaro.

Apesar de esboçarem as condutas morais que esperam na interação relacional com o outro, apenas duas usuárias apresentam o tipo de relação que buscam com o uso do aplicativo. Uma, estudante de engenharia ambiental de 22 anos e outra, advogada, 29 anos. A primeira traz seus interesses com o aplicativo ao final de sua descrição de perfil afirmando: “*casada em um relacionamento aberto. Bora conversar, tô afim de novas amizades pra tomar aquela caipirinha, ver uma série/filme com pipoca ou jogar uma partida*”. A segunda, traz, logo ao início de sua descrição de perfil: “*solteira, livre e interessada apenas em relações abertas e não monogâmicas (amizades coloridas, rolos, algo casual)*”.

Estando em um relacionamento aberto ou solteira se percebendo como “*livre*”, – e certamente como bem-sucedida aos olhos da sociedade sobre o que se espera de sucesso profissional – estas expõem abertamente a sua autonomia, liberdade e desejos afetivo-sexuais. Estas usuárias expõem seu desejo por uma relação de amizade que pode ou não envolver relações sexuais, sendo este, o que Giddens (1993) chamou de encontros episódicos, ou seja, aquela busca de/por parceiros(as) sexuais transitórios, ligações de curto prazo, despersonalizadas, englobada pelo que ele denomina de sexualidade plástica, caracterizada por uma maior liberdade da

sexualidade e busca do prazer sexual desvinculado das necessidades outrora exigidas das mulheres, como o casamento monogâmico e a reprodução.

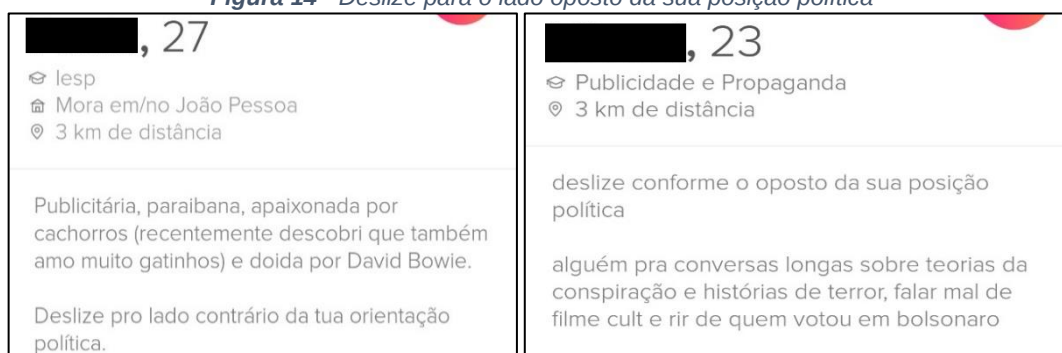
Outros(as) usuários(as) reforçam de forma mais explícita a ideia de que certos valores, dentre eles o político, estariam sendo utilizados como critério para o estabelecimento de experiências afetivo-sexuais no aplicativo. É o caso do estudante de antropologia de 25 anos que por meio do uso de uma *hashtag* afirma possuir “#Opacienciaparabozominio”. Já outra usuária, de 19 anos, expõe: “*Estudo biologia e sou apaixonada por todas as formas de vida, menos a de bolsominions*”.

Posto que Jair Bolsonaro é reconhecido internacionalmente por suas falas muitas vezes dissonantes destes valores morais de respeito e equidade a minorias sociais, sendo considerado por muitos(as) como machista, racista e homofóbico, igualmente, muitos de seus eleitores são comumente reconhecidos da mesma forma. O que nos levaria a entender de maneira relacional o fato de outros(as) usuários(as) aqui apresentarem em seus perfis uma recusa àqueles(as) que sejam eleitores de Bolsonaro. Muitos(as), assim, se recusariam a iniciar qualquer relação com “bolsominions” por anteverem, até certo ponto, que a interação possa vir a sofrer ruídos advindos desses traços de personalidade recorrentes do bolsonarismo, que seriam em muito incompatíveis com o perfil moral e ideológico de busca por respeito e equidade quanto a gênero, sexualidade, cor etc.

Por outro lado, haveria uma abertura quase espontânea para àqueles(as) que partilhem dos mesmos posicionamentos, e voto, como é expresso por uma usuária ao afirmar: “*se votou no Haddad pode beijar à vontade*”. Nesse sentido, vemos aqui, o mesmo que o apresentado anteriormente, quando alguns usuários afirmam buscar “*semelhantes*” e/ou “*valores compartilhados*”, onde muitas dessas semelhanças e valores são referentes ao próprio posicionamento político-ideológico.

Esta recusa por eleitores de direita e do próprio Bolsonaro permitiu também a elaboração do jogo de palavras utilizadas em relação aos botões de curtir ou recusar do aplicativo *Tinder* e que dá nome a este capítulo. Dois dos três usuários que compõem a subcategoria “*Deslize para o lado oposto da sua posição política*” são retratados abaixo:

Figura 14 - Deslize para o lado oposto da sua posição política



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Visto que o botão “X” para recusa do perfil exibido fica à esquerda da tela, sendo possível arrastar o cartão do perfil para a mesma direção para passá-lo, e o botão de coração para dar *like* se posiciona à direita da tela, podendo também arrastar o perfil à direita para curtir, ao sugerirem que o outro “*deslize pro lado contrário da tua orientação política*” estes(as) usuários(as) sugerem que, caso o outro se considere de direita que arraste seu perfil para a esquerda, logo, optando pela recusa ao perfil. Por sua vez, usuários(as) que se posicionam como de esquerda podem deslizar o mesmo perfil para a direita, efetuando um *like* e possível *match* desejado.

Um elemento interessante dentre estes perfis é o fato de certos(as) usuários(as), ao se posicionarem como “*esquerdista*”, “*petista*”, ou “*comunista*”, completam a expressão com algum termo sarcástico: “*esquerdista/petista safado(a)*”, “*esquerdopata do senhor*”. Ao longo destas investidas polarizantes na política brasileira os termos “PT, esquerda e comunismo”, por exemplo, foram sendo carregados com uma carga simbólica negativa. Tal fenômeno fora se dando principalmente por discursos antipetistas que traziam uma correlação entre estes e uma ideia, em muito exagerada ou falsa, de corrupção, depravação moral, criminalidade, libertinagem etc. O uso dessas expressões por esses(as) usuários(as) parecem vir num sentido contrário de apropriação e ressignificação simbólica por meio da satirização ao se denominarem como tal.

Como dito anteriormente, a partir da reeleição de Dilma o Brasil viu-se dividido cada vez mais entre uma noção de “nós/eles”, entre “direita/esquerda”. Por um lado, as noções polarizadas de conservadores cristão guardiões da moral contra a corrupção dos comunistas; do outro, o crescente sentimento de revolta e percepção de ruptura de um sistema democrático vigente personificado na figura do processo de *impeachment* da ex-presidenta Dilma, considerado por estes como um golpe em curso

para usurpação do poder. Houve um enorme esforço de políticos e movimentos sociais de oposição em construir uma associação direta entre Lula, Dilma e o PT com uma terrível ditadura comunista. Geralmente pautadas por meio de vínculos com governos ditos socialistas ou “pseudosocialistas”, como a China, Cuba e Venezuela esse imaginário logrou êxito ao difundir a compreensão deveras equivocada de associação ou atribuição do PT, sendo um partido à esquerda na política brasileiro, como um partido comunista e muitas vezes de regime autoritário (GIRELLI, 2018).

[...] a antiga ideia do “perigo comunista” estava vigente de uma forma importante no Brasil e, em parte, sequer imaginada com tanta força pelos setores progressistas, sendo pano de fundo das ações de rua dos setores médios e classes altas no país recentemente. Essa mesma justificativa do anticomunismo havia sido responsável pela instauração de duas ditaduras no país durante o século XX e várias em países latino-americanos, sendo retomada quando algum governo no continente almejou a realização de medidas de benefício popular (GIRELLI, 2018, p. 44-45).

Tornou-se cada vez mais bem-quisto se denominar um patriota conservador cristão de direita no Brasil. Os grupos da “direita brasileira” conseguiram se articular em torno de identidades em comum que deu a estas pessoas o sentimento de pertença (PENTEADO; LERNER, 2018; ROCHA, 2019). Estas identidades foram calcadas em significantes como ser cristão, conservadorismo, direita, liberalismo e claro, anti-esquerda, anticomunismo, antipetismo, antifeminismo e “anti-qualqueroutracoisa” que se apresente como dissonante do que propagam políticos e movimentos conservadores e liberais de direita.

Uma característica agravante do contexto político polarizado que vivenciamos hoje tem se tornado visível por meio da seguinte situação: se você não é “*conservador de direita, patriota e católico*” (cristão, de forma genérica e generalizada) logo é colocado na caixinha oposta que mistura, sem nenhum pudor ou critério, PT, esquerda e comunismo. A partir disso, torna-se comum a expressão “*cidadãos de bem*” (NUNES, 2015; PENTEADO; LERNER, 2018) como um auto título atribuído pelos “conservadores cristãos de direita” no Brasil a si mesmos.

A produção do discurso que conseguiu associar o Partido dos Trabalhadores com a corrupção e os “perigos do comunismo”, permitiu formar uma frente ampla de direita que se articulou na construção de

uma identidade de um “nós” (cidadãos de bem) em oposição a “eles” (esquerda, petistas, comunistas) (PENTEADO; LERNER, 2018, p. 22).

Um dos muitos “mitos” criados no/pelo imaginário dos segmentos políticos conservadores de direita no Brasil foi a figura deste “cidadão de bem”, que embora analiticamente possa ser um significante vazio, possui uma grande carga simbólica e emocional para os que arrogam para si a pertença a este grupo. Nesse sentido, este mito imputa para si certas características – nem sempre vistas na prática –, que englobam desde outros mitos como o da “família tradicional brasileira” (homem trabalhador e provedor do sustento, mulher zeladora da casa e dos filhos, “bela, recatada e do lar”), à ideia de patriotismo (expressa pela camisa verde e amarelo da seleção de futebol), este oposicionismo entre pessoas trabalhadoras e ordeiras de um lado e preguiçosos e malandros de outro, remissão ao militarismo entre outros.

“Pessoas de bem” e “cristãos”, que em muitos casos defendem a tortura e/ou torturadores, temem uma suposta implantação de uma “ditadura comunista”, ao passo que enaltecem o período da ditadura cívico-militar de 1964 no Brasil e pedem nova intervenção militar. A expressão reforça o local periférico em que o Partido dos Trabalhadores e qualquer um que se opunha a algum posicionamento da direita brasileira, foram postos. Ou seja, estes não seriam cidadãos, dignos, portanto, de respeito ou de serem resguardados pela mesma Constituição, nem tão pouco de serem considerados “de bem”, remontando, mais uma vez, a associação à corrupção, taxados de criminosos, ou defensores de criminosos. Em oposição aos “cidadãos de bem” teríamos, claro, todo o resto, os petistas, esquerdistas e comunistas.

Durante o período eleitoral de 2014 no Brasil, ficou muito comum na internet e após o mesmo intensificou-se a diferenciação, entre pessoas de bem e vagabundos os de bem destilam ódio, preconceito e desejos primitivos de vingança. Toda a notícia sobre direitos humanos, política ou crime envolvendo menor que é veiculada na rede é inundada de comentários raivosos pelos intitulados pessoas de bem. O mural de comentários das notícias é inundado das mais diversas expressões de fúrias, misantropia, racismos, misoginia, homofobia, transfobia entre tantos outros rompantes de ódio (NUNES, 2015, p.40).

3.3.2. “Por trás dessas fotos há um grande acordo nacional”: o Impeachment de Dilma e a narrativa do Golpe

Os movimentos de reivindicações pedindo a saída da então presidenta Dilma começaram ainda em 2013, pouco tempo antes das eleições para presidência, que viria a ocorrer no ano seguinte (THEIS, 2013). No entanto, os movimentos sociais pró-*impeachment* se intensificam após sua reeleição em 2014, principalmente encabeçados por movimentos como o MBL, organizações ultraliberais e outras de vertentes religiosas e militaristas que somaram esforços para apoiar a candidatura de Aécio Neves no segundo turno (ALONSO, 2017; ROCHA, 2019; THEIS, 2013).

A aposta se provou certa, uma vez que a insatisfação com a reeleição de Dilma aumentou com as denúncias de corrupção ventiladas pela Operação Lava-jato, e expostas diuturnamente pelos grandes veículos de mídia. Resultou-se uma pressão social que jogou ainda mais água no moinho da crise política em curso até que, em agosto de 2016, Dilma foi de fato impedida (ROCHA, 2019, p. 25).

Nesse sentido, “a capacidade do jornalismo de hierarquizar e problematizar os acontecimentos e os assuntos mais importantes, aponta a capacidade central de sua influência sobre a opinião pública” (NEVEU, 2001, p. 85 *apud* ALMEIDA; LIMA, 2016). Destarte, conforme alguns autores, as mídias tradicionais corroboraram para o fortalecimento do discurso retórico “maniqueísta” do “nós” contra “eles” reforçando uma batalha narrativa simbólica do “bem” contra o “mal” (ALMEIDA; LIMA, 2016; BECKER, et. al., 2016; GIRELLI, 2018; OLIVEIRA, 2016; SANTOS; VIEIRA, 2016).

As manifestações nas plataformas digitais também figuraram como de extrema importância para a disseminação do discurso ideológico antipetista e teve a participação de diversos grupos dos espectros políticos da direita brasileira como o MBL, Vem Pra Rua e Revoltados Online, entre outros movimentos de extrema direita que clamavam pelo *impeachment*, intervenção militar etc. (GOMES, 2017; MALINI et. al., 2017; MORAES; QUADROS, 2016; NUNES, 2015; PENTEADO; LERNER, 2018; RUEDIGER, 2017; SANTOS, 2016).

Em maio de 2016 o Senado aprova a abertura do processo de *impeachment*, e determina o afastamento de Dilma pelo período de até 180 dias, assumindo o vice-presidente Michel Temer, do atual MDB (Movimento Democrático Brasileiro). Já em agosto de 2016 é iniciada as fases finais do processo que passa pelo discurso em que Dilma se defende no Senado e classifica todo o processo como um Golpe de Estado, chegando à votação em 31 de agosto de 2016, em que Dilma Rousseff tem o mandato cassado pelo Senado Federal onde é por fim destituída do cargo. Embora a maioria

tenha votado pelo *impeachment* de Dilma, o Senado, também em votação, manteve seus direitos políticos, geralmente retirado em casos de *impeachment*. Os direitos políticos, em linhas gerais, referem-se aos direitos e deveres inerentes a cidadania da pessoa física em participar direta ou indiretamente da formação do Estado da qual é cidadã, podendo disputar eleições, votar, participar de referendos e plebiscitos bem como exercer cargos públicos etc. (CAMPIONI, 2017; GOMES, 2010; TORRES, 2014).

Como exposto abaixo, algumas usuárias compartilham da ideia professada por Dilma Rousseff de que o seu processo de *impeachment* fora um Golpe de Estado, e trazem este elemento para seus perfis no *Tinder*.

Figura 15 - Usuários(as) que classificam o impeachment de Dilma como golpe de Estado



Fonte: *Tinder - Compilação do autor (2020)*

As usuárias acima, deste modo, invocam a narrativa de “golpe” proferida por Dilma, narrativa esta, corroborada por divulgações, semanas antes da votação na Câmara dos Deputados, de áudios gravados de uma conversa entre o então senador e ministro do Planejamento Romero Jucá, um dos principais articuladores do

impeachment de Dilma, com Sérgio Machado, ex-presidente da empresa Transpetro³⁸, ambos investigados no âmbito da Operação Lava Jato. O fato em questão deu folego à narrativa de “golpe”, visto que para Jucá e Machado “*tem que ter impeachment. É a única saída*”. Deste modo, afirmam que, “*a solução mais fácil era botar o Michel [Temer]... É um acordo, botar o Michel, num grande acordo nacional [...] aí parava tudo*”, solução esta que, segundo as gravações, serviria para controlar as investigações e evitar que fossem, dentre outros, alvos da Lava Jato (CONJUR, 2016; EL PAÍS, 2016; G1, 2016; GREENWALD, et. al., 2016; VALENTE, 2016).

A usuária do último perfil exposto, aparentemente informada do caso, expressa o evento em seu perfil ao relacionar suas fotos com uma das falas vazadas em áudio, “*por trás dessas fotos há um grande acordo nacional*”. Deste modo, estas evocam e apresentam, como elemento significativo para conhecimento do outro no aplicativo, a percepção de ruptura institucional na figura do *impeachment*. Esta narrativa é, assim, exibida por meio de recursos visuais, por meio de suas fotos de perfis, textuais, de forma descritiva direta “*Foi golpe*”, indireta, fazendo alusão as falas proferidas nos áudios divulgados, ou mesmo por meio de outros signos, como é o caso da usuária segurando o livro “Por que gritamos golpe?: Para entender o impeachment e a crise política no Brasil” (JINKINGS; et. al., 2016). Estas apresentam, assim, um conjunto de significantes estéticos, visuais e textuais que são capazes de expressar seus posicionamentos político-ideológicos e a percepção que possuem sobre o evento em questão.

3.3.3. #LulaLivre

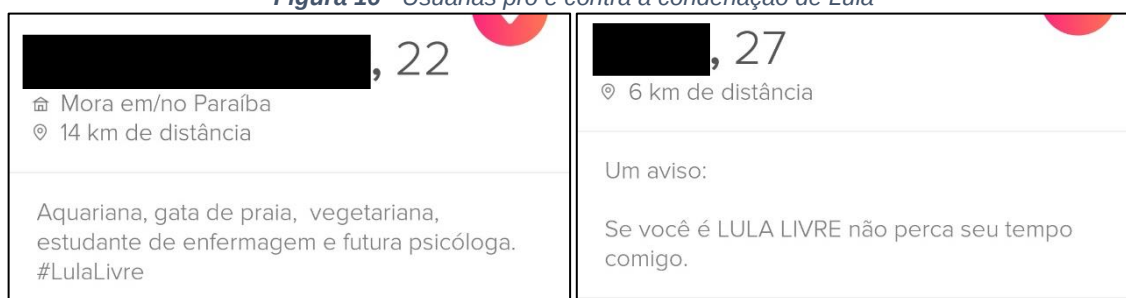
A decisão de condenação do ex-presidente Lula pelo então Juiz Sérgio Moro no âmbito da Operação Lava Jato³⁹ gerou grandes comoções nos brasileiros de ambos os lados dentro do par de oposição política “esquerda/direita”. De um lado o sentimento de injustiça e perseguição política que permitiu o engajamento em torno da *hashtag* #LulaLivre; por outro lado, aqueles que possuíam a percepção de que

³⁸ Empresa brasileira de transporte e logística de combustíveis. Atua nas operações de importação e exportação de petróleo e derivados, gás e etano. Disponível em: <http://transpetro.com.br/transpetro-institucional/>. Acessado em: 14/06/2020.

³⁹ Consultar o site do Ministério Público Federal (MPF): <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/entenda-o-caso>. Acessado em: 14/04/2020. Ver também: Santos e Vieira (2016), Dantas e Schmitt (2017), Leitão (2018), Freitas (2019), Greenwald e Pougy (2019), Pavaneli (2019); Bomfim et. al. (2020), Greenwald et. al. (2020).

finalmente a justiça social e política estaria sendo feita no País, o que proporcionou um oposicionismo contra aqueles que defendiam a ideia de liberdade de Lula. Mais uma vez este embate de narrativas pode ser percebido nas descrições de perfis no *Tinder*, como o caso das usuárias abaixo:

Figura 16 - Usuárias pró e contra a condenação de Lula



Fonte: *Tinder - Compilação do autor (2020)*

O primeiro perfil é de uma usuária do sexo feminino e estudante de enfermagem. O perfil da mesma fora coletado com o perfil configurado como masculino e alocado nas subcategorias “*Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro > Uso da hashtag “LulaLivre” e outras relacionadas ao Lula*”, que soma um total de 18 usuários(as). Tratando especificamente dos perfis que compõem esta subcategoria temos 12 usuárias do sexo feminino e 06 usuários do sexo masculino com idades de 19 a 34, sendo apenas um usuário com idade superior a esta média, com 51 anos de idade. Dentre estes(as), estão usuários(as) cujas descrições de perfil são compostas com frases como “*Somos milhões de Lula*”, “*O povo quer Lula Livre*”, “*Dilmista e Lulista*”. Outros, por sua vez, possuem elementos referentes ao Lula em suas fotos de perfil, como usuários(as) com camisetas com foto de Lula e/ou os dizeres “*Lula Livre*”, outros(as) com o rosto coberto por uma foto do ex-presidente ou estar ao lado de um quadro de madeira com sua gravura.

Poucos dos perfis possuem complementos textuais que remetam a preferências sobre o outro pretendo relacional, como o caso de uma estudante de 23 anos que está “*querendo conhecer gente e fazer amigxs*”, e também do usuário de 51 anos que diz buscar “*gente descomplicada*” tendo como preferência “*mulheres inteligentes e bem humoradas*”.

Entre estes(as) usuários(as) é priorizado características de si, como profissão e gostos pessoais, como praia, natureza, viagens, trilhas, leitura, cinema, cultura, meditação, yoga, bordado, músicas, arte, pôr do sol, bicicleta, fotografia e, dentre

outras coisas, “*falar mal de Bolsonaro*”, sendo utilizado também frases de efeito, poemas e signo para definir traços de si.

Três usuárias, uma estudante de antropologia de 30 anos, uma estudante de agroecologia de 19 anos e uma estudante de moda de 21 anos, se posicionam como feministas, sendo esta última também ativista e defensora das causas animais. A profissão também é destacada pelos(as) usuários(as) deste grupo, sendo alguns Filósofo, Terapeuta e Músico. Destaca-se, porém, que a grande maioria são estudantes de variados cursos como psicologia, enfermagem, moda, agroecologia e antropologia, por exemplo, o que denota o capital educacional desses(as) usuários(as).

Do outro lado, o segundo perfil também é de uma usuária do sexo feminino que não indica sua profissão, embora a foto expresse um aparente *status* social elevado. O perfil da mesma fora coletado com o perfil configurado como masculino e alocado nas subcategorias “*Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro > Crítica a outros(as) usuários(as) de oposição política e ideológica*”. Este foi o único perfil da subcategoria “*Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro*” a fazer menção ao ex-presidente Lula. No entanto, sua crítica não se direciona diretamente, embora implícito, ao Lula, mas sim a usuários que utilizam a referida *hashtag* de apoio a ele, por isso posta em “*Crítica a outros(as) usuários(as) de oposição política e ideológica*”.

De tal modo, se faz perceptível que ambos(as) os(as) usuários(as) da primeira subcategoria não se detiveram em explicitar diretamente as características das quais esperam do(a) outro(a), embora fique perceptível o conjunto de características de que estes(as) usuários(as) partilham. Os valores políticos que expressam em seus perfis ao se mostrarem favoráveis à liberdade de Lula aumentaria as chances de atrair, principalmente, outros(as) usuários(as) que possuem o mesmo conjunto de valores, ao passo que levariam usuários(as) que enfeixam de ideais semelhantes a usuária da segunda imagem a apertarem no X.

Ao contrário, por sua vez, temos a usuária que sugere explicitamente que aqueles que forem “*Lula Livra nem perca[m] seu tempo*”. Como visto na imagem acima, esta usuária não apresenta qualquer outro texto em sua descrição de perfil, aparentemente tendo como critério inicial o fato de outros usuários serem pró ou contra a liberdade de Lula. Nos é possível inferir deste modo que, outros critérios pessoais como percepção de beleza, atração física e desenvolvimento de vínculos

afetivos possam vir a ser selecionados apenas depois de os possíveis pretendentes passarem pelo filtro político explicitado, ou mesmo que a possível interação possa vir a ser desfeita caso se descubra posteriormente que o outro seja “*Lula Livre*”.

Tomando a prisão de Lula após condenação em segunda instância⁴⁰, muita discussão se deu em torno da constitucionalidade de tal ação. Por fim, no dia 7 de novembro de 2019 o Supremo Tribunal Federal (STF) derrubou o entendimento de possibilidade de prisão em segunda instância, que passou a ser considerada como inconstitucional por configurar execução antecipada da pena. Após decisão do STF a defesa de Lula entrou com pedido de soltura que foi acatada pelo juiz Danilo Pereira Júnior, magistrado da 12ª Vara Federal de Curitiba, levando a liberação de Lula no dia 8 novembro de 2019 após 580 dias em reclusão na carceragem da Superintendência da Polícia Federal em Curitiba (BUHRER, 2019), onde aguarda decisão dos julgamentos nas demais instâncias.

Já no início de 2021 o Supremo Tribunal Federal confirma liminar que decidiu pela incompetência da Vara Federal de Curitiba, sob então liderança do ex-Juiz Sergio Moro para processar e julgar os casos envolvendo o ex-Presidente Lula. A incompetência se deu por entendimento de que os supostos crimes pelos quais Lula seria investigado não estariam ligados no âmbito da Operação Lava Jato, sendo necessário o encaminhamento dos processos para outra Vara de Justiça. Assim, até o momento as condenações do ex-Juiz ficam anuladas e Lula volta a ter todos os seus direitos políticos, se tornando novamente elegível (JOÃO FILHO, 2021; RODAS, 2021; TEIXEIRA et. al., 2021; THOMAZ, 2021).

3.4. #EleNão: acirramento ideológico, desinformação e ascensão do bolsonarismo

3.4.1. “#TchauPT agora é com o Mito!”: corrida eleitoral de 2018 e a busca pela esperança e confiança em meio ao caos

⁴⁰ Primeira instância são as varas ou seções judiciárias onde atuam o juiz de Direito, porta de entrada para o judiciário brasileira onde o juiz singular (único) profere (dá) a sentença. Ao discordar de sentença proferida em primeira instância pode-se recorrer, em segunda instância, aos Tribunais de Justiça, que são responsáveis por revisar os casos já analisados pelos juízes singulares de primeira instância. Nesse sentido, o STF entendeu que sentenças de prisão, em certos casos, devem ser executadas após os recursos processuais chegarem à análise de última instância e, portanto, ocorra o trânsito em julgado, a coisa julgada, isto é, a decisão definitiva. Fonte: <https://cnj.jusbrasil.com.br/noticias/100111134/primeira-instancia-segunda-instancia-quem-e-quem-na-justica-brasileira>. Acessado em: 12/04/2021.

Os ânimos de polarização voltaram a se intensificar no ano de 2018, e as disputas eleitorais para presidência forjaram novos embates entre os espectros políticos à direita, conservadores e liberais e dos espectros políticos à esquerda, libertários e progressistas, em torno, principalmente, de disputas pelo controle das narrativas políticas de um lado, e de ataques e difamação do outro (ALMEIDA, 2018). As redes sociais se tornaram o grande eixo entorno do qual essas discussões giraram (RUEDIGER; GRASSI, 2018), e que culminaram com a vitória em segundo turno de Jair Bolsonaro pelo Partido Social Liberal (PSL) contra Fernando Haddad, candidato pelo Partido dos Trabalhadores (PT).

A *Internet*, em especial as redes sociais digitais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* foram de grande importância para a visibilidade e contato do então candidato Jair Bolsonaro com o público. Por meio dessas duas plataformas digitais o presidente realizava, e continua realizando até hoje, as chamadas *lives de Internet*⁴¹. Também foi amplamente utilizado conta do candidato no *Twitter* para compartilhar informações e desinformações com críticas e ataques a opositores políticos. O mesmo continua se valendo da plataforma após as eleições para noticiar em primeira mão escolhas e demissões de Ministros para compor ou deixar o Congresso Nacional, divulgar projetos e ações, e claro, continuar com a disseminação de discursos de ódio e polarização por meio de textos inflamatórios e desinformação, bem como ataques a opositores políticos e instituições democráticas que ele acredita ir contra suas medidas e/ou pensamento ideológico.

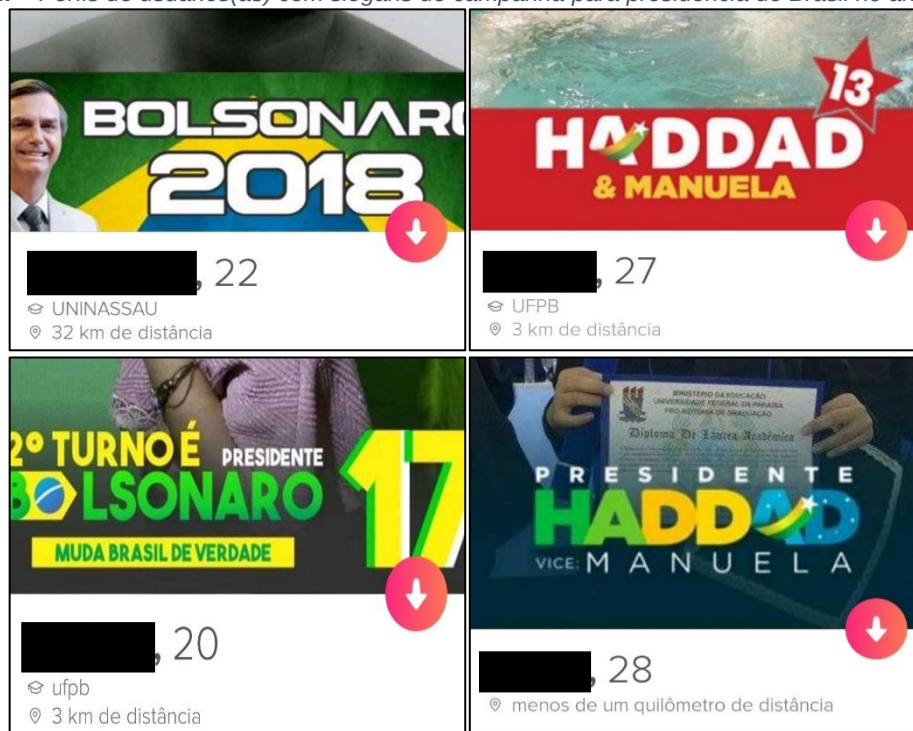
Os quatro perfis tomados como exemplo esboçam a subcategoria “*Perfis com slogans de campanha*”. Apresentou-se como um padrão entre os(as) usuários(as) alocados nesta subcategoria a falta de descrições de perfil, bastando como regra a presença de fotos das quais ao menos uma possuía algum tipo de propaganda, *slogan* ou tema referente a um dos presidentes do segundo turno.

Fizeram parte da subcategoria “*Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT > Fotos com slogans de campanha*” um total de 07 perfis, tendo sido ambos encontrados com perfil configurado como sendo do sexo masculino. A idade destes(as) usuários(as) variam de 20 a 37 anos. Dos sete perfis, 06 são de usuárias do sexo feminino. No que diz respeito às imagens, os perfis coletados aqui

⁴¹ Ferramenta de transmissão ao vivo de vídeos publicado no perfil do usuário por meio de plataformas de redes sociais que podem ser assistidas e compartilhadas em tempo real ou após o encerramento da gravação.

possuem fotos próprias dos(as) usuários(as), onde seus rostos são tomados com maior ênfase em primeiro plano juntamente com os temas de campanha na parte inferior da foto.

Figura 17 - Perfis de usuários(as) com slogans de campanha para presidência do Brasil no ano de 2018



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Os temas presentes nas fotos tornam a utilizar o emprego das cores verde e amarelo, algumas com a variação azul e verde, ambas em alusão a apropriação da bandeira nacional e de suas cores como signo estético cujos valores são capazes de expressar e angariar afetos. O uso das cores e da bandeira nacional mescla-se com frases como o *slogan* oficial de campanha de Jair Bolsonaro “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, ou explicitação da preferência de voto do(a) usuário(a) nas eleições daquele ano ao utilizarem textos como “*Presidente Bolsonaro 17 - Muda Brasil de verdade*” e alusões a derrota do partido adversário nas urnas com a frase “*#TchauPT agora é com o mito!*”.

Por outro lado, fizeram parte da subcategoria “*Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro > Fotos com slogans de campanha*” um total de 18 perfis. As idades destes(as) usuários(as) variam de 20 a 36 anos. Destes, 15 perfis foram coletados com perfil configurado como sendo do sexo masculino, dos quais 06 são de usuários do sexo masculino e 09 de usuárias do sexo

feminino. Já com perfil configurado como sendo do sexo feminino foram encontrados apenas 03 perfis, dos quais 02 são de usuários do sexo masculino e 01 de usuária do sexo feminino. No que diz respeito às fotos, os perfis coletados seguem o padrão descrito acima, com a utilização de imagens de si, onde seus rostos são tomados com maior ênfase em primeiro plano, com exceção de uma usuária do sexo feminino e um do sexo masculino que aparecem com becas e segurando canudo de formatura. De igual modo, todos estes(as) enquadram os temas de campanha com frases e *slogans* também na parte inferior da foto. Da mesma forma, aqui também é possível perceber o uso de signos estéticos com valores simbólicos empregados para expressar e angariar afetos, como a utilização de cores, a sigla e o emblema de estrela do Partido dos Trabalhadores.

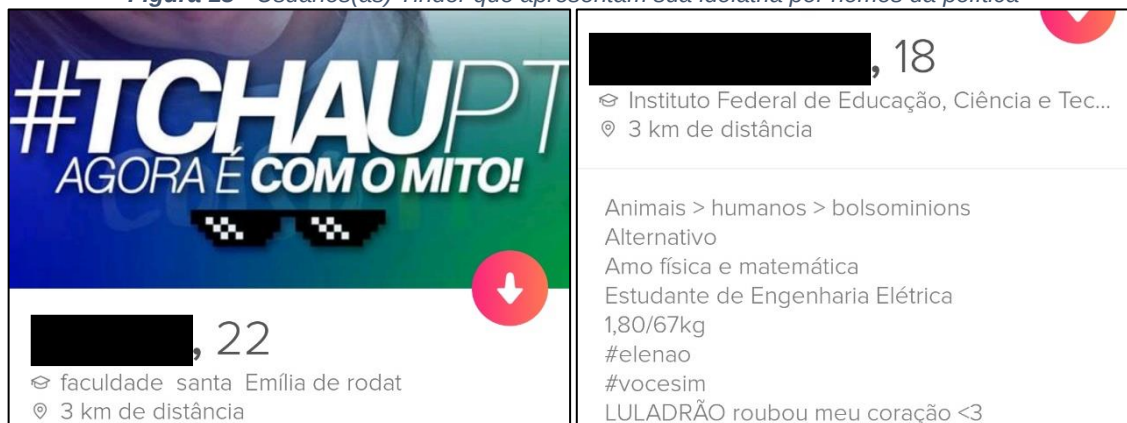
A predominância de cores aqui é uma mescla entre letras e símbolos em branco, azul, verde, amarelo, e vermelho em alguns casos, sendo em menor número o de perfis que empregam apenas a cor vermelha no tema da foto. Durante o segundo turno das eleições o PT passa a adotar as cores da bandeira nacional nos *slogans* de campanha de Haddad como uma forma de angariar os afetos e, por conseguinte, os votos de alguma parcela dos eleitores. Houve uma tentativa de reapropriação das cores verde e amarela não só enquanto propriedade simbólica exclusiva da direita, mas como elementos estéticos nacionais de forma ampla. O embate narrativo mostra-se presente juntamente com a utilização dos elementos estéticos dos quais apresentamos até então.

Os dois grupos de usuários(as) eleitores(as) buscam (re)apropriações e (re)significações para esses símbolos juntamente com frases de efeito, *slogans* de campanha e provocações ao partido ou candidato opositor. O uso das cores, do nome do candidato Haddad e/ou da sigla do Partido dos Trabalhadores, mescla-se com frases em apoio à candidatura do petista como “*Presidente Haddad e vice Manuela 13*”, que expressam a preferência de voto do(a) usuário(a) nas eleições daquele ano. Foram utilizadas frases que proclamavam a certeza na vitória do candidato petista, é o caso do trocadilho com o nome de Haddad e a sigla do partido “*Melhor já ir se HaddaPTando*”, que ao mesmo tempo também é um contraponto a uma frase bolsonarista que encheu as redes, por mais que não tenha aparecido em nenhum dos perfis coletados: “*Melhor Jair se acostumando*”, que faz o trocadilho com o nome de Jair Bolsonaro.

Para Simmel (1990) a confiança é uma emoção que funciona como uma espécie de crença, um ato de fé, já que se sustentaria com base em nenhuma ou poucas provas empíricas justificáveis disponíveis na relação cotidiana. Visto que seria impossível conhecer tudo e com maior profundidade, a confiança seria uma das emoções mais importantes para a manutenção do tecido social, tendo como papel ser uma facilitadora da ação. Esta ideia seria assim, “materializada na vida cotidiana, quando confiamos que o barbeiro não nos aplicará um golpe fatal no pescoço, ou num restaurante confiamos que o cozinheiro não nos vai propositadamente envenenar” (DIAS, 2006, p. 307).

Como apontado anteriormente, o medo social advém da fragilidade ou da ruptura dos laços sociais de confiança no outro. Ainda assim, temos a aparente necessidade de encontrar sentido nas coisas e, em alguns casos, essa busca de sentido parece se pautar por meio da figura de alguém ou algo em quem possamos projetar nossa confiança e esperanças, como forma de apaziguar nossas inseguranças decorrente do medo social. A confiança e a esperança compreendem emoções que projetam no presente as expectativas para um possível futuro seguro. Parece ser o caso de muitos eleitores mais apaixonados, que projetam na figura de seus políticos de preferência, a confiança e a esperança de que ele(a) detém o poder para solucionar as mazelas do país. Muitos voltam-se para esta figura depositando nela a crença de que seriam uma fonte de respostas para muitos dos problemas. Essas mesmas percepções sobre a figura política vieram transparecida em muitos dos perfis coletados aqui.

Figura 18 - Usuários(as) Tinder que apresentam sua idolatria por nomes da política



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Desde o processo de *impeachment* da Dilma começou-se uma guinada mais acentuada de idolatria das figuras políticas. No caso do Partido dos Trabalhadores houve este fenômeno desde as eleições de Lula, com uma grande consideração por sua figura, principalmente por ter se constituído como um governante carismático, com forte apelo democrático e que conseguia causar grande comoção do seu eleitorado durante seus discursos. O mesmo pôde ser visto com a figura do Aécio Neves nas eleições de 2014, mas não pela empatia direta com o candidato em si, mas sim por um sentimento de revanchismo e oposicionismo de grande parcela da população com a imagem de Dilma Rousseff.

Nas eleições de 2018 as redes foram tomadas por *slogans* e *hashtags* como “*Luladrão roubou meu coração*”, “*Dilmãe*”, “*Bolsomito*” etc. A figura em torno do político passou de um servidor público eleito para exercer a função pela qual fora designado para a idolatria e fanatismo cego. Muitos eleitores começaram a ver seus candidatos como grandes “salvadores da pátria”, principalmente Jair Bolsonaro que arroga para si este papel de Messias⁴². Essas esperanças voltam a ser depositadas nos candidatos nas eleições no ano de 2018. Não para menos, Bolsonaro é eleito com um discurso extremamente moralizante de que limparia o país de toda a corrupção, de todos os comunistas e da velha política, que tornaria o Brasil grande de novo, e também sobre uma projetada imagem de homem incorruptível.

3.4.2. “Chega no meu ouvido e sussurra: Bolsonaro é o caralho”: Mulheres Unidas Contra Bolsonaro e o uso da hashtag #EleNão

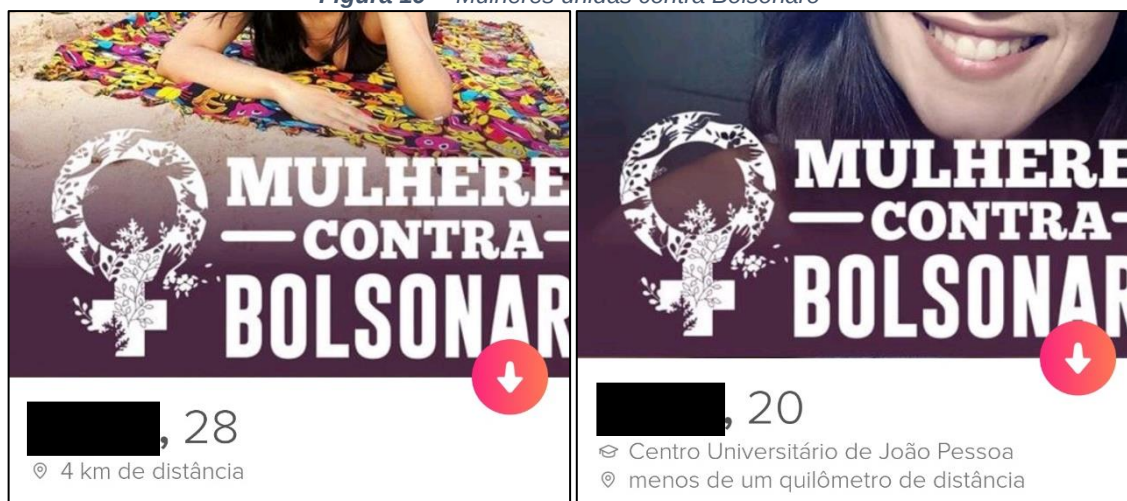
Durante as campanhas eleitorais, diversos indivíduos e grupos se uniram como forma de oposição ou apoio à candidatura de Jair Bolsonaro em torno de “espaços de afinidade” (LANKSHEAR; et. al., 2015). Um desses grupos, e que ganhou grande expressividade, e de forma muito rápida, foi a página de Facebook “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”⁴³ criado em agosto de 2018. O grupo é fechado e destina-se exclusivamente a mulheres cis, mulheres transsexuais e travestis, e atualmente conta com mais de dois milhões e quatrocentos mil membros.

⁴² Jair Messias Bolsonaro sendo seu nome completo é associado a um sinal de que ele seria o redentor prometido por Deus para redimir a sociedade, estabelecendo uma nova ordem social de paz, de justiça e de liberdade.

⁴³ Facebook: <https://www.facebook.com/groups/499414607198716/>. Acessado em 24/04/2020.

Criado como forma de organização dessas mulheres, a página se destina à discussão e combate aos ideais considerados retrógrados e preconceituosos disseminados por Bolsonaro cujo discurso se volta contra minorias sociais, mulheres, negros, LGBTQIA+ e outros. Posteriormente o nome do grupo foi alterado para “Mulheres Unidas Com o Brasil” e visa a união de mulheres brasileiras contra o avanço e fortalecimento do machismo, misoginia, racismo, homofobia e outros tipos de preconceitos. Existem inúmeros outros grupos com o mesmo propósito tanto no *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, mas este é o que contabiliza o maior número de seguidoras, e algumas das usuárias com perfis coletados, se não fazem parte de alguns desses coletivos, ao menos parecem compactuar com a premissa básica do grupo:

Figura 19 - "Mulheres unidas contra Bolsonaro"



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

As temáticas das publicações do grupo giram em torno da discussão de assuntos relacionados a sociabilidade, vida diária, ativismo feminino, negro, LGBTQIA+, violência em geral, os ataques feitos à educação etc., retratados por meio da publicação de textos pessoais, notícias, charges e vídeos com posicionamento contrário a violências, racismo machismo e homofobia e a necessidade de lutas por direitos (ARAUJO, 2019). Desta feita:

Um tema muito recorrente nas publicações são as ações, os posicionamentos, os pronunciamentos realizados por parte do presidente Jair Bolsonaro. Há um grande número de materiais compartilhados que criticam ações do presidente, revelando, talvez, o principal objetivo desse coletivo, denunciar ações do atual governo,

cujo propósito possa ferir direitos já adquiridos, conquistas já realizadas (ARAUJO, 2019, p. 9).

Um fenômeno que tem se tornado presente no mundo nos últimos anos, e intensificado no Brasil durante as eleições de 2018, é a grande manifestação de ódio nas redes sociais digitais pautado pela polarização política. Silva (2020), ao discutir pós-verdade, *Fake News* e discurso de ódio presentes nas falas de Bolsonaro retrata muito bem este fenômeno ao discorrer em sua própria dissertação de mestrado em Letras sobre os comentários de ataques perpetrados por um dos filhos de Jair Bolsonaro e seus seguidores no *Twitter* contra ela e sua investigação antes mesmo de sua defesa de mestrado.

No Brasil, temos como base o contexto polarizado já apresentado até aqui, e que é expresso, principalmente, pela defesa de teorias conspiratórias, um levante do conservadorismo político e da ascensão de uma extrema-direita geralmente atrelada a uma crescente onda fundamentalista religiosa. O problema maior é, no entanto, quando esses discursos tomam forma física e levam indivíduos a se sentirem legitimados a cometer diversos tipos de crimes, sendo estes temas apresentados e debatidos nesses grupos, e também expressos por mulheres no aplicativo *Tinder*, como a execução da vereadora Marielle Franco.

Em março de 2018, a vereadora Marielle Franco do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) e seu motorista, Anderson Gomes, foram executados em ação de intervenção do exército nas favelas do Rio de Janeiro. Marielle era conhecida por combater e denunciar a violência policial, foi uma ativista política, defensora de causas de minorias étnicas e sexuais e defensora dos direitos humanos.

A notícia de sua execução repercutiu nacional e internacionalmente. No dia seguinte à morte da vereadora, inúmeras desinformações circulavam nas redes, disseminadas por grupos conservadores de extrema-direita. As desinformações associavam o ativismo dos direitos humanos de Marielle com “defesa de bandidos”, mesmo que uma de suas frentes de atuação tenha sido para amparar famílias de policiais feridos ou mortos. Circularam também montagens de imagens de uma mulher com o rosto da Marielle ao lado de um criminoso com fuzil na mão. As mensagens publicadas comemoravam “a morte de mais uma esquerdista” e dezenas de canais no *Youtube* veicularam as informações caluniosas sobre a vereadora. Posteriormente,

a execução foi ligada às operações de milícias no Rio de Janeiro e uma possível relação com a família Bolsonaro (FILHO, 2019; OLIVEIRA, 2019; RAMALHO, 2020).

Figura 20 - Usuárias do Tinder exigindo justiça pela execução de Marielle Franco e lembrando sua memória



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

O coletivo “Mulheres unidas contra Bolsonaro” também foi responsável por várias manifestações durante o período de primeiro turno, reunindo centenas de milhares de pessoas e sendo considerada a maior manifestação de mulheres na história do Brasil (OLIVEIRA, 2018; PAULINO; PAULINO, 2019; RIZZOTO; et. al., 2019; ROSSI, 2018). Estas páginas também foram as grandes impulsionadoras da hashtag “#EleNão” nas redes sociais digitais e contou com o apoio de inúmeras artistas que ajudaram a alavancar a campanha, e se refletem também nos perfis aqui coletados.

O engajamento deste grande público de mulheres em torno do enfrentamento de pautas políticas homofóbicas e misóginas nos parece refletido no número de perfis de usuárias mulheres que foram encontrados durante a coleta de dados para esta pesquisa. Como esboçado no início deste capítulo, fizeram parte desta categoria política um total de 381 perfis. Deste total, 18 perfis em “Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT”, onde 14 são de usuárias mulheres e 04 são de usuários homens. Já em “Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro” temos 358 perfis, dos quais se destacam os 261 perfis de usuárias mulheres, além dos 93 de usuários homens, 01 sem gênero e 03 de casal. Já na categoria “Outros” temos 05 perfis, dos quais 04 são de mulheres e 01 de homem.

Tanto o engajamento desse coletivo de mulheres em torno dessas páginas ou grupos de redes sociais digitais, como seu posicionamento político em seus perfis pessoais nessas mesmas redes, ou outras específicas como o *Tinder*, expõem a conquista de mais um espaço para a luta feminista e de outros grupos sociais, cada vez mais reconhecidos como atores sociais relevantes nos cenários do debate

público. No caso da apresentação de si no aplicativo *Tinder*, a exposição de seu engajamento político em torno de pautas identitárias ou em oposição a políticas conservadoras e preconceituosas nos diz sobre a importância, cada vez mais necessária e presente, desses grupos de mulheres, negros(as), LGBTQIA+ etc., de se posicionarem politicamente, apresentando-se ao outro e esperando destes o reconhecimento das lutas que enfrentam.

Dos 358 perfis em “*Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro*” 168 deles foram alocados na subcategoria “*Uso da hashtag ‘#EleNão’ e outras relacionadas*”, por possuírem a referida *hashtag* ou algum texto em suas descrições ou fotos de perfis que remetem ao seu significado. Dos perfis coletados com a tag “*EleNão*” 117 são de usuárias do sexo feminino, 48 de usuários do sexo masculino, 02 de casal e 01 sem gênero. As idades dos(as) usuários(as) aqui estão entre 19 e 37 anos.

Figura 21 - Uso da hashtag #EleNão e outras relacionadas



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Destaca-se mais uma vez a apresentação da atividade profissional dos(as) usuários(as) que compuseram esta subcategoria, sendo disparado a quantidade de pessoas que afirmaram ser estudantes. Dentre estes(as), 80 apresentam-se com

estudantes de diversas áreas, sendo a maior parte da Universidade Federal da Paraíba. Dos outros perfis que expõe a profissão também temos áreas diversas como: Biólogos(as), Fotógrafos(as), Técnico Administrativo, Professores(as), Dentista, Psicólogos(as), Jornalistas, Editora de vídeos, Tatuadora, Gestora de mídias sociais, Secretária Escolar, Advogada, Design Gráfico, Cantora lírica, Maquiadora, Enfermeira, Figurinista, Servidora Pública, Ator, Arquiteto, Cineasta, Veterinário, Consultor Imobiliário, Publicitária, Coordenadora de rede de restaurante, Atriz de Teatro.

Os textos das descrições de perfil dos(as) usuários(as) com esta *hashtag* apresentam-se relativamente elaborados e exibem elementos como idade, signo, gostos musicais, prática de atividades físicas, filmes e séries, praia etc., “e por último e não menos importante: *EleNãO*”. Os perfis deste subgrupo apresentam em sua grande maioria textos sobre si, e gostos pessoais, bem como ativismo político, representado por uma grande parcela de usuárias que se apresentam como feministas em suas descrições. Algumas das definições de si expostas nos perfis são:

“Sou legal, mas sou péssimo pra puxar assunto”;

“Estudante, corredor e apaixonado pela natureza”;

“Amo ouvir música e falar sobre meus gostos. Gosto de conhecer a vida das pessoas e suas experiências passadas, sinto que isso pode nos aproximar”;

“Gosto de roles baratos e tranquilos. Enrolar pra que né? Sejam os diretos Aberta a novas possibilidades, bora ver no que dá?”;

“Sou paraibana e faço psicopedagogia na UFPB (ou fazia, não sei se ainda vai existir universidade) #elenao”;

“A título de informação: tenho tatuagens, adoro beber, amo gatos, não sou religiosa”;

“Sou uma mulher tranquila, gosto de praia e diversão. procuro amigos, nada de sexo casual”;

“Extrovertida, agitada, bem-humorada e tagarela. Se quiser falar de amor, fale com o Marcinho, comigo cê vai falar de Filosofia, Política e assuntos aleatórios bem “miolo de pote” também”.

Ao tratar de seus gostos pessoais, arte, cultura pop, viagens e comida são alguns dos itens mais apontados dentre estes(as) usuários(as):

“Cinema, Artes, Séries, Música, Viagens, Trabalho voluntário e #EleNão”;

“#sushi #livros #filmes #música #séries #pets #elenão e muito mais, pergunte aí!”;

“livros, viagens, séries, super mario, memes, filmes, música, uma boa conversa, cerveja gelada e ouvir histórias”;

“Ah, eu gosto de filmes de heróis (mas tenho uma quedinha pelos vilões ou anti heróis), HQs e afins, mas não me venha perguntar o nome do tio do pai do autor de tal franquia. Ok?”;

“Adoro viajar, ler bons livros e assistir filmes”;

“Gosta de corrida de rua, adora um forrózin e um bom samba, cerveja, café, comer (sushi, bacon, churrasco, pizza, e o que mais tiver), e Netflix!”;

“Cinema, pizza, morango, cosmos, universo Marvel e DC, Christopher Nolan, livros, filosofia, agnóstica, natureza, entardecer, música, abraços, conversar, refletir, vinho, correr, vegetariana, libriana”

“Música. Séries. Viagens. Livros. Arte. Cultura”;

“Entrei no app pra ver como funciona, se tem gente legal... Seria interessante, novas amizades, alguém que goste de dialogar. Acho difícil escolher com quem conversar com base em fotos. Amo a natureza, meus filhos de 4 patas, música, dança, séries, tento na medida do possível desacelerar e investir no que me toca a alma. ‘Bonito é ser de verdade’”;

“Paz, viagens, natureza, leituras, filmes, danças, conversas, silêncios, reciprocidade”;

“Esquece o litrão, me chama pra tomar açaí. Movida a música. Vamos papear sobre?”.

Pouquíssimos apresentam características idealizadas do outro ou critérios explícitos do/no outro que o(a) levariam a dar *like* ou não em um perfil:

“Procuro pessoas bonitas por dentro e por FORA BOZO, ELE NÃO me representa”;

“Gente legal é gente com a mente aberta! #elenaoémeupresidente”;

“Numa relação aberta se tu for de boa com isso, pode dar like”;

“Racistas, homofóbicos e machistas passem longe. #elenunca”;

“Ele não! Se não tiver uma mente disposta a uma constante desconstrução, não também”;

“Inteligência é o que me atrai, também posso ter te dado match por você ser barbudo”;

“Procuro alguém que não seja superficial. Que tenha inteligência para discutir política, ciência, fofoca e arte”.

Outros(as) poucos(as) também optaram por definir em seus perfis aquilo que almejam com a busca de outros(as) usuários(as) no aplicativo:

“Procura alguém pra sair, conversar e conhecer melhor. Se o tempo for bom conosco, quem sabe eu não possa ser um bom amigo ou crush?”;

“Afim de fazer novas amizades e quem sabe algo mais”;

“Procurando alguém para trocar uma ideia e dar risada”;

“Procurando boas companhias pra jogar conversa fora, tomar cerveja, papos que acrescentem”.

Além de elementos pessoais como características e gostos de cada usuário(a), um dos critérios aparentes para curtirem ou serem curtidos está contido na utilização da *hashtag* “#EleNão”. Algumas das variações da *hashtag* “anti Bolsonaro” encontradas nos perfis aqui, são: #bolsonaronão, #elenunca, #elejamais, #elenemfodendo, #elenemcapeste, #bolsolixonão, #forabozo.

Para Ott (2017), Stieglitz e Dang-Xuan (2013), mensagens no *Twitter*, e aqui podemos tomar como exemplo todas as variações da *hashtag* #EleNão, são frequentemente criadas ou publicadas contendo um grande apelo afetivo, ou como resposta a um estado emocional. Nesse sentido, “mensagens do *Twitter* carregadas de emoção tendem a ser retuitadas com mais frequência e rapidez em comparação com as mensagens neutras” (STIEGLITZ; DANG-XUAN, 2013, p. 217, tradução nossa). Malini *et. al.* (2017) chegam a conclusões semelhantes ao realizarem um levantamento sobre as expressões emocionais transmitidas pelos usuários do *Twitter* por meio de seus *tweets* durante as manifestações pró-*impeachment* de 15 de março de 2015 e a de 27 de agosto de 2016, 4 dias antes da decisão final de *impeachment* da ex-presidenta Dilma Rousseff. Nesse sentido, identificam que os *tweets* mais compartilhados naquele momento possuíam um forte apelo emocional, identificando

uma grande predominância de emoções como antecipação, medo, raiva e confiança. Este espaço, e os usos de recursos como o engajamento em torno de *hashtags*, vem assumindo um caráter político e expressam uma forma de manifestação, protesto e posicionamento social, cultural e político que também carregam uma forte carga emocional que não pode ser desconsiderada na análise dos conteúdos expressos e compartilhados (MALINI et. al., 2017; OLIVEIRA; CARNEIRO, 2018, 2020; OTT, 2017; RIZZOTO; et. al., 2019; STIEGLITZ; DANG-XUAN, 2013).

Assim como o coletivo “Mulheres Unidas Com o Brasil”, diversos outros grupos políticos encontraram nas redes sociais digitais uma maneira de difundir o alcance de suas pautas. A presença marcante desses movimentos nas redes, como a propagação de ciberativismos feministas (MUNRO, 2013; PAULINO; PAULINO, 2019), é que teria proporcionado, por exemplo, o surgimento da campanha #EleNão. Nesse sentido, “está cada vez mais claro que a internet facilitou a criação de uma comunidade global de feministas que usam a internet tanto para discussão quanto para ativismo” (MUNRO, 2013, s.p, tradução nossa).

Assim, essas *hashtags* de cunho político funcionam como campanhas de crítica e/ou conscientização (SCHWENGBER; PINHEIRO, 2020), além de expressarem indignações, medos, raiva, recusa ou identificação com a pauta a qual cada uma delas dizem respeito. Como destaca Schwengber e Pinheiro (2020), o engajamento em torno do #EleNão não se resumiria à figura de Bolsonaro, mas sim uma forma de embate político a pautas representadas por ele, sendo assim, “um movimento de resistência a velhas questões; significa o combate ao machismo, ao racismo, à homofobia, à misoginia e à tirania da repressão e da submissão” (SCHWENGBER; PINHEIRO, 2020, p. 09).

A presença expressiva dessas mulheres nas redes em torno de uma pauta comum como a expressa com #EleNão, nesse sentido, expõe um imaginário social em torno da representação de gênero no cenário político numa tentativa de levá-las a um patamar de visibilidade sócio-política. Essa visibilidade permite que “sejam tratadas e pensadas em uma posição de participação, fala, mobilização, presença, valorização e igualdade no campo político. #EleNão significa que as mulheres falaram e se manifestam em um momento político importante do país” (SCHWENGBER; PINHEIRO, 2020, p. 10).

Após a criação do coletivo e do engajamento em torno da *hashtag* #EleNão, não demorou muito tempo para que fosse criada uma espécie de contra ativismo, e ataques de todos os tipos aos grupos “Mulheres Unidas Com o Brasil”. Os mais diminutos deles, podemos dizer assim, vieram como forma de contraponto a *hashtag* #EleNão levantada pelo primeiro grupo. Demonstrando apoio de outras parcelas de mulheres ao Bolsonaro, foram criados grupos que realizaram o impulsionamento das *hashtags* #EleSim e #ElasNão, em oposicionismo ao primeiro grupo, e também uma certa rejeição a usuários(as) que se utilizam das *hashtags* contra Bolsonaro em suas redes sociais digitais.

Figura 22 - Usuários(as) contra o uso de *hashtags* “anti-Bolsonaro”



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Dentre os(as) usuários(as) do aplicativo *Tinder*, durante a coleta de dados, apenas três usuárias do sexo feminino foram encontradas possuindo descrições que remetem a críticas a outros(as) usuários(as) que se posicionam politicamente contra Bolsonaro ou em favor de Lula ou do PT. Destas três usuárias, além daquela que apresenta a frase “Se você é LULA LIVRE não perca seu tempo comigo”, já mencionada anteriormente, temos as duas usuárias figuradas acima, ambas alocadas nas subcategorias “Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT > Crítica a outros(as) usuários(as) de oposição política e ideológica”. Da mesma forma que vemos uma recusa daqueles(as) que utilizam as *hashtags* “anti-Bolsonaro” em curtir perfis de seus eleitores(as), vemos aqui a recusa destas em “desperdiçar seu tempo” com opositores à Bolsonaro, ou preferindo ignorar o outro ao descobrir que partilham do conjunto de moralidades que englobam o #EleNão.

Ataques menos democráticos e éticos, e mesmo criminosos, vieram logo em seguida. Ofensivas de apoiadores de Bolsonaro giraram em torno da desinformação

e associação falsa ou exagerada, em que o grupo de mulheres contra o então candidato eram tratadas com figuras pejorativamente caricatas de desordem, nudez, promiscuidade, “anticristianismo” e hipocrisia.

Inúmeros memes binários dividiam a população feminina entre direita e esquerda, associando as primeiras à pureza, beleza, inteligência, partes corporais altas (cérebro), higiene, civilidade e o verde-e-amarelo; e as segundas, à bandidagem, feiura, ignorância, partes corporais baixas (vagina, ânus, urina), sujeira e animalidade. Parte do conteúdo direcionado à militância LGBT nessa época seguiu um padrão semelhante: por exemplo, memes contrapondo um Pablo Vittar feio e sem maquiagem ao maquiador Agustin Fernandez, apoiador de Bolsonaro (“até os gays de direita são mais bonitos”) (CESARINO, 2019, p. 542).

Ataques pessoais também foram feitos às administradoras desses grupos, que chegaram a ter suas contas no *Facebook* invadidas e deletadas. Informações pessoais dessas administradoras foram vazadas, como números de celular, o que permitiu milhares de ofensivas proferidas por mensagens via *Whatsapp* e ameaças de morte, além do fato de o grupo ter sido invadido por apoiadores de Bolsonaro que alteraram o nome da página para “Mulheres com Bolsonaro” (KARCZESKI, 2018; ARAUJO, 2019; PAULINO e PAULINO, 2019).

3.4.3. “Só veem radicalismo perigoso no Olavo de Carvalho”? Olavismo e a base ideológica do bolsonarismo

Figura 23 - Perfil de uma usuária Olavista no Tinder



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Uma das bases centrais de apoio ao governo Bolsonaro estaria calcada no “olavismo”, que gira em torno da figura do “guru ideológico” da direita política brasileira, Olavo de Carvalho. O olavismo seria caracterizado por uma metapolítica baseada em teorias conspiratórias e ataques pessoais a opositores, e não às suas ideias, como o próprio Olavo de Carvalho afirma abertamente em seus cursos. Nesse sentido, como deixam claro Brasil (2019), Bugalho (2020), Carvalho e Bugalho (2020), não é possível pensar Bolsonaro e seu governo sem Olavo de Carvalho. O olavismo marca-se principalmente pela profusão de teorias conspiratórias travestidas de filosofia *outsider*, negacionismo da história e da ciência e por ataques em massa de Olavo e seus alunos àqueles que ousem discordar de Bolsonaro ou do próprio Olavo. Nesse sentido, como destacado por Bugalho,

Em grande medida, as falas revisionistas de Bolsonaro negando fatos sobre a ditadura militar ou alardeando uma ‘ameaça comunista’, têm origem em Olavo de Carvalho, um dos responsáveis por importar e reembalar teorias conspiratórias norte-americanas.

Originalmente vinculado a seitas esotéricas e tariqas islâmicas, ele foi consolidando, em círculos marginais sem qualquer reconhecimento acadêmico, uma reputação como filósofo conservador, negando o legado do Iluminismo, da ciência moderna e dos valores democráticos decorrentes da Revolução Francesa (BUGALHO, 2020, s.p., posição no ebook: 86)⁴⁴.

Duas usuárias do sexo feminino foram encontradas citando o nome de Olavo de Carvalho. A primeira usuária vem retratada acima. A mesma não exibe foto pessoal em seu perfil, apenas uma imagem e uma descrição de perfil que endossa o sentimento de enfrentamento a movimentos sociais e o posicionamento político mais extremado. Já a segunda é uma usuária ilustrada mais abaixo, posando em foto ao lado de Jair Bolsonaro. Em seu perfil, além da foto em questão também traz um texto em sua descrição onde afirma textualmente seu posicionamento político e ideológico ao dizer ser “*de direita. Olavo de Carvalho e Italo Marsili*”

A usuária acima nos permitiu a criação das subcategorias “*Direita política/conservadores/pró-Bolsonaro/contra PT > Anti-esquerda, antimarxismo, antifeminismo*” visto seu posicionamento de antagonismo ao pensamento marxista e a movimentos feministas. Ademais, o perfil desta usuária é uma miscelânea de

⁴⁴ Livro digital (ebook) em formato .mobi para aparelho Kindle não utilizam paginação específica, mas sim a “posição no ebook” para a localização de trechos específicos.

informações que refletem o pensamento olavista, tanto na imagem utilizada como foto de perfil, quanto no seu texto de descrição. Sobre a imagem utilizada pela usuária, o nome da página em questão já nos dita o tom de suas postagens, visto que muito do pensamento torpe de Olavo volta-se contra intelectuais acadêmicos e ao próprio pensamento intelectual em si. No que tange ao pensamento de Nietzsche, em entrevista a um canal de *YouTube*⁴⁵, Olavo afirma que Nietzsche nunca teria sido um homem de estudos realmente sérios, logo, sendo muito limitado em seu conhecimento e pensamento.

Tais limitações seriam expressas pelo livro “A origem da tragédia”, resultado, segundo Carvalho, de alucinações inventadas e que “*não possui nem pé nem cabeça*”. Para Olavo, Nietzsche e outros filósofos e pensadores do século XX, como Foucault, não passaram de “*palpiteiros idiotas dizendo besteira [e que se expressam] inteiramente pela ignorância da técnica filosófica*”. Nesses termos, o pensamento de Foucault, por exemplo, se resumiria como uma “*confusão elegantemente expressa, naquele estilo fresco, característico da academia francesa, ele tem um estilo que é uma viadagem só*”.

A usuária também partilha da defesa ampla à posse e talvez até mesmo ao porte de arma de fogo, assim como também o defendem Bolsonaro e Olavo de Carvalho, argumento geralmente utilizado por estes para a propagação de discurso de violência mascarado de “defesa da família” como única forma de combate contra criminosos.

*Os brasileiros aprovaram a liberação das armas no plebiscito de 2005 e depois a confirmaram elegendo Bolsonaro. O Senado despreza solenemente a vontade do povo.*⁴⁶

Já a frase “*ninguém é moderado por engano. Cada um só se torna moderado por covardia ou interesse*” também foi elaborada pelo próprio Olavo de Carvalho em texto intitulado “Notas das redes sociais reunidas”⁴⁷ escrito por Olavo de Carvalho em seu blog, e que expressa mais uma vez a derrocada para um pensamento ideológico

⁴⁵ Entrevista com Olavo de Carvalho: <https://www.youtube.com/watch?v=P-wULg6ovQ0>. Acessado em: 18/01/2021.

⁴⁶ Blog do Olavo de Carvalho: <https://olavodecarvalhofb.wordpress.com/2019/06/page/3/>. Acessado em: 18/06/2020

⁴⁷ Blog do Olavo de Carvalho: <https://olavodecarvalhofb.wordpress.com/2019/06/page/3/>. Acessado em: 18/06/2020

de extrema-direita perpetrado na política brasileira dos últimos anos. A frase de Olavo, reproduzida no perfil, tem como princípio uma forma de incentivo ao levante de “*uma militância bolsonarista organizada*” com uso da força e da violência contra aqueles tidos como de esquerda ou comunistas, quais sejam, qualquer um que critique o pensamento olavista ou bolsonarista. Ele tece mais algumas considerações sobre as ações dos chamados “moderados”:

Nunca vi um “moderado” cobrar moderação dos radicais comunistas que têm a seu serviço assassinos armados e quadrilhas de narcotraficantes. Só vêm radicalismo perigoso no Olavo de Carvalho e no Bolsonaro.

Todo moderado é, por essência, um canalha cagão a serviço de um canalha feroz.

Toda a tolerância para com a esquerda, nenhuma para com a direita. No dia em que eu usar de linguagem polida para falar de um desses colaboracionistas do comunismo genocida que a perfídia jornalística chama de “moderados”, podem me jogar na privada e puxar a descarga.

“Moderado” é um sujeito que quer conviver democraticamente com o genocídio comunista em vez de bani-lo da face da Terra.

Quando o comunismo leva uma porrada inesquecível, ele apela ao Plano B: os moderados.

Na luta contra o mal absoluto, todo moderado é um criminoso.

Nos trechos em questão, Olavo afirma que os que ele chama de moderados não tendem a cobrar essa mesma moderação dos “*radicais comunistas*”, não o fazendo por “*covardia ou interesse*”. Por outro lado, estes, tendem a ver um “*radicalismo perigoso [apenas] no Olavo e no Bolsonaro*”. Nos trechos acima é possível perceber a linguagem de embate e necessidade de extermínio a opositores políticos ao bolsonarismo e ao olavismo, sempre retratados em paralelos a ditaduras comunistas, que bem sabemos, nunca esteve sequer próximo de ser uma ameaça ao frágil regime democrático brasileiro. Olavo enseja, nesse sentido, uma tomada de posições extremada, e bem definida, perpetrando assim essa dicotomização entre lados opostos, que seriam, ou deveriam ser, inimigos combativos, a “esquerda e direita” política. Ser moderado nesse cenário político seria, na visão de Olavo de Carvalho, uma forma de compactuar com o “*genocídio comunista*”, onde a única forma de deter este mal seria ao “*bani-lo da face da Terra*”, mesmo que isso seja feito por meio de “*uma porrada inesquecível*”.

3.4.4. “Esperando a URSAL ser instalada”: conspiracionismos, percepção da realidade, bolhas sociais e desinformação

No primeiro dos debates eleitorais de 2018 entre os candidatos à presidência da República, no canal Band de televisão, um dos candidatos, conhecido como Cabo Daciolo, pastor evangélico, questionou outro candidato, Ciro Gomes, para que este explicasse o que era o *Plano URSAL* (União das Repúblicas Socialistas Latino-Americanas). Em resposta, Ciro Gomes afirma não saber o que é isso. Não satisfeito com a resposta, Daciolo prossegue com o questionamento dizendo que este seria um plano para o estabelecimento de uma nova ordem mundial a partir da união de toda a América do Sul que, por sua vez, resultaria na retirada de todas as fronteiras entre estes países, criando uma única nação que, claro, seria dominada por uma ditadura comunista global.

Figura 24 – Usuários(as) que utilizaram a teoria conspiratória da URSAL de forma satírica em seus perfis



Fonte: Tinder - Compilação do Autor (2020)

Não demorou muito para que a fala se tornasse viral nas redes sociais e que uma infinidade de memes de *Internet* fossem criados sobre o tema. Depois do episódio Daciolo isola-se num monte por vários dias sob a justificativa de que estava sendo perseguido pela Maçonaria, pelos Illuminati e pelos comunistas que desejavam matá-lo. O isolamento do então candidato levou-o inclusive a faltar uma entrevista que ele teria na rede Record de televisão, no entanto, Daciolo pronuncia-se em uma *live* em suas redes sociais justificando a ausência e propondo que a entrevista fosse realizada no monte em que estava.

Posteriormente, descobre-se que a socióloga Maria Lucia Victor Barbosa “criou” a URSAL em seu artigo intitulado “Os Companheiros”, publicado em 2001, como uma ironia crítica à participação de Lula em um dos encontros do Foro de São Paulo⁴⁸ em Havana, onde o então presidente Lula fez um discurso contrário a Alca (Área de Livre Comércio das Américas) (BETIM, 2018). Então, em crítica à fala de Lula, a socióloga propôs – sarcasticamente – que Lula criasse a União das Repúblicas Socialistas Latino-Americanas (URSAL). Depois disso o termo fugiu do controle e muitas teorias conspiratórias foram criadas a respeito da URSAL, principalmente quando em 2006 Olavo de Carvalho fala sobre a implantação desse suposto Plano URSAL e sua relação com os objetivos do Globalismo, outra teoria conspiratória propagada pelo ideólogo (BRASIL, 2019). Para ele, a URSAL teria planos de tornar os países da América Latina dependentes dos bancos internacionais com intenção de criar um movimento de integração da América Latina em um grande bloco soviético⁴⁹. Quando a socióloga é entrevistada por jornais sobre o assunto, Olavo endossa ainda mais sua teoria conspiratória no *Facebook* afirmando que a negação da existência de tal plano não refutaria a existência da mesma. Pelo contrário, negar a existência “real” da URSAL passa a servir apenas como mais uma prova de sua existência, onde a negação por parte da socióloga é vista como uma tentativa de encobrir “a verdade”. Resta-nos questionar, como se refuta uma teoria conspiratória, quando a apresentação de provas de sua não existência é tida pelos conspiracionistas como

⁴⁸ O Foro de São Paulo (FSP) é uma organização que reúne partidos políticos e organizações de esquerda, criada em 1990, a partir de um seminário internacional promovido pelo Partido dos Trabalhadores (PT) e reúne outros partidos e organizações da América Latina e do Caribe promovendo debates como forma alternativa às políticas dominantes “neoliberais”, a fim de promover a integração latino-americana no âmbito econômico, político e cultural. Disponível em: <https://forodesaopaulo.org>. Acessado em: 11/01/2021.

⁴⁹ Site oficial do Olavo de Carvalho: <http://olavodecarvalho.org/os-inventores-do-mundo-futuro/>. Acessado em: 23/04/2020.

uma forma de tentar encobrir a existência do objeto de conspiração? (BRASIL, 2019).

Como aborda Brasil (2019) e Bugalho (2020), teorias da conspiração têm sido professadas por Olavo de Carvalho e pela extrema-direita bolsonarista e tem ditado as ações públicas e políticas do governo Bolsonaro e seus ministros, sendo elas a base para muitas tomadas de decisões e posicionamentos do governo e seus apoiadores.

É importante citar que estamos num contexto de desidentificação com instituições que antes nos pareciam fornecer verdades incontestes. Isso inclui as religiões, mídia e até mesmo a ciência abrindo lacunas para que “novas verdades” se constituam e produzam novas formas de veridicção. [...]. Dotado de um discurso informal, obscuro, muitas vezes de baixo calão e falas “aparentemente simples e comuns”, Olavo de Carvalho se utiliza dessas estratégias e de sua imagem folclórica para parecer próximo ao público que o acompanha nas redes sociais (SILVA, 2020, p. 29).

A base do olavismo e, portanto, do bolsonarismo, está sustentada por uma narrativa por vezes intrincada e, por vezes, reducionista da realidade. Reducionista no sentido de produzir teorias conspiratórias que despreza toda a complexidade geopolítica de um mundo globalizado e em muito interdependente, explicando-o de forma fácil com o uso de grupos antagônicos que querem o bem do mundo de um lado e do outro os comunistas que querem o total controle mundial. Por sua vez, é também intrincada, por relacionar dezenas de teorias conspiratórias umas às outras, de forma que uma seria o reforço de comprovação da outra, visto que todas estariam ligadas como forma de um plano diabolicamente bem estruturado pelos comunistas.

Para Girardet (1987) e Maffesoli (2001), de modo geral, o conhecimento das pessoas sobre política não é puramente racional ou lógico e muitos aspectos de nossa percepção seriam distorcidos por elementos como expectativas emocionais, afetividade, esperanças, fascínios, fantasias, irracionalidade e mesmo desconhecimento. Todas essas percepções sobre política, mesmo que considerada não-racional, emotiva ou despolitizada compõem um *imaginário político* (GIRARDET, 1987; MAFFESOLI, 2001), e este imaginário permeia todas as pessoas que possuem qualquer tipo de opinião ou percepção sobre política, independentemente de seus posicionamentos ou preferências ideológicas. No entanto, todos estes elementos seriam propícios e eficazes em influenciar e manipular as decisões de uma população por meio da utilização de *mitos políticos* (GIRARDET, 1987) e desinformações.

Para além da argumentação, persuasiva, impõe-se a sedução, ou seja, a emoção. Em política, cada vez mais a persuasão, caso se aceite este oxímoro, funciona pela sedução. Convence-se pela emoção. O imaginário político trabalha a argumentação através de um arsenal de mecanismos emocionais, como os símbolos de um partido, as datas que devem ser comemoradas, os heróis e mitos que devem ser lembrados, os ritos que precisam ser atualizados. O marketing, em política, resume o cruzamento da razão — o planejamento publicitário racional — com a valorização do emocional (MAFFESOLI, 2001, p. 78).

Azarias (2015) demonstra como as teorias conspiratórias costumam ser utilizadas como mito político, posto que a primeira possui as mesmas propriedades da segunda, quais sejam: 1) uma função de narrativa explicativa, visto que propõem explicar a realidade de forma alternativa, como fruto de uma grande e secreta conspiração política; 2) caráter de mistificação e fantasia, composto pela presença de heróis e vilões em uma jornada pelo destino de uma nação ou do mundo; 3) possuem um potencial mobilizador, visto que seus enunciadores incitam à ação, sendo capazes de engajar as pessoas na dimensão política em torno da fantasia narrada (AZARIAS, 2015).

Num contexto de predomínio das mídias e redes sociais digitais, os próprios algoritmos de distribuição de conteúdo e propagandas com base nos gostos e buscas do usuário têm contribuído para a criação cada vez mais segmentada de “espaços de afinidade” (LANKSHEAR; et. al., 2015), que por sua vez podem levar ao isolamento em bolhas ideológicas em torno de narrativas de mitos políticos, teorias conspiratórias e desinformação (KAKUTANI, 2018; LLORENTE, 2017). Essas bolhas de *Internet* levam as pessoas a terem contato apenas com conteúdo de ideias das quais elas já partilham ou passam a partilhar, proporcionando um fechamento do conhecimento entorno daquela crença, opinião, sentimento, identidade, conhecimento e “ideologia”.

Em outras palavras, quanto mais buscamos por conteúdos que criticam, ou fazem vexatórias contra o PT ou Bolsonaro, por exemplo, mais daquele tipo de conteúdo passamos a receber das plataformas que utilizamos, encaminhando o indivíduo para conteúdos cada vez mais radicalizados. Quanto mais você se aproxima de uma ideia na *Internet* mais contato com aquela ideia a própria plataforma começa a te fornecer, te “prendendo” nessas bolhas sociais e ideológicas que te fornece aquele tipo de material até a exaustão. Com a simplicidade de organização de

comunidades digitais é ainda mais fácil se fechar em torno de grupos que partilham e radicalizam um imaginário político ao máximo, dando voz e espaço para radicais os quais em muitos casos não possuíam visibilidade na sociedade civil, na imprensa, na política ou na ciência.

Internet é uma tecnologia da interatividade que alimenta e é alimentada por imaginários. Existe um aspecto racional, utilitário, de Internet, mas isso representa apenas uma parte desse fenômeno. O mais importante é a relação, a circulação de signos, as relações estabelecidas. Da mesma forma, a televisão e a publicidade articulam o emocional e a técnica (MAFFESOLI, 2001, p. 80).

Esta estrutura organizacional das plataformas de redes sociais digitais passa a tomar uma nova forma que põe em xeque, ou ao menos nos permite questionar (DIJCK, 2013, 2017; RUEDIGER; GRASSI, 2018a) se elas ainda mantêm a juízo de que a princípio teria surgido como espaço democrático, aberto e que permitiria a evolução da humanidade pelo contato mútuo com diferentes ideias, culturas e ideologias, como pensado por Lévy (1990, 1995, 1997).

Nos últimos anos esse fechamento ideológico vem acontecendo cada vez mais conforme há uma maior disseminação de acesso a aparelhos digitais, *Internet* e plataformas de mídias sociais. No Brasil, é possível destacar essa presença de grupos sociais *off-line* e *on-line* já nas manifestações de 2013, e que foram se moldando e ganhando cada vez mais força e aderência com o passar do tempo com o acirramento dos ânimos políticos, do ódio contra o PT e os “comunistas” de um lado, e dos golpistas e dos “fascistas” de outro lado. Nesses grupos são facilmente encontradas situações em que há muita falta de clareza e honestidade na disseminação dos conteúdos propagados.

Quando falamos em bolhas e grupos político-partidários e ideológicos, a retórica mais comumente utilizada costuma ser de enaltecimento daqueles ou daquilo em que se acredita, além da criação de memes ou conteúdo vexatório e “cômico” como forma de desmoralização do outro e também a utilização de fontes duvidosas ou modificação de informações para corroborar com a narrativa que se compactua. Efetua-se, assim, a disseminação de desinformação ou replicação de informações falsas de outras bolhas sem nenhum tipo de checagem. Houve nos últimos anos um movimento de aceitação cega daquilo que é propagado na *Internet*. Toma-se apenas a chamada da notícia que se recebe, compartilhando aquela informação caso o título

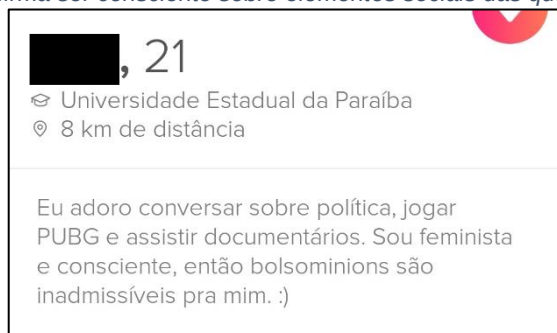
seja favorável ao que se acredita ou simplesmente ignorando caso contradiga, sem qualquer esforço de leitura e compreensão da notícia. Ou seja, as pessoas tendem a recusar os fatos que contrariam suas teses. Elas preferem acolher de braços abertos ponderações conspiratórias, falsas e por vezes absurdas, desde que elas venham ao encontro de seus valores (WAINBERG, 2018, p.155). Nesse sentido, a capacidade de se fazer acreditar das desinformações ajudam a confirmar nossos vieses de bolha, onde essas notícias servem como “*viés de confirmação*” (ALVES; MACIEL, 2020; KAKUTANI, 2018) para nossas crenças já estabelecidas, ou seja, “a propensão que temos de acreditar em notícias que reforçam a narrativa pela qual já possuímos afinidade” (ALVES; MACIEL, 2020, p. 157).

Nesse sentido, ao pesquisar aspectos de identidade e representação dos eleitores do Bolsonaro em redes sociais digitais, Cesarino (2019) faz o seguinte apontamento:

Nenhum dos apoiadores de Bolsonaro com quem conversei *on-line* aceita a acusação de manipulação ou ingenuidade, ainda que, para quem olha a partir de fora dessa bolha digital, pareça clara a subordinação dos posicionamentos individuais a padrões discursivos simples e repetitivos – é a fonte, notadamente, do apelido “gado do Bolsonaro”, difundido depois das eleições (CESARINO, 2019, p. 536).

De igual modo, uma das usuárias com perfil coletada para compor esta pesquisa afirma em sua descrição que é “*consciente*”, seja das relações de opressão patriarcal, e valores de “*ódio e preconceito*” do Bolsonaro e seus apoiadores, visto que a mesma se identifica como feminista, seja da manipulação do imaginário político por meio de desinformações.

Figura 25 - Usuária que afirma ser consciente sobre elementos sociais das quais bolsonaristas não seriam



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Nesse sentido, ao afirmar ser consciente, seguido de “*então bolsominions são inadmissíveis pra mim*”, a usuária desloca os eleitores bolsonaristas para esta zona de alienação e não percepção sobre fatos que, segundo esta usuária, estariam claros para ela. A percepção desta usuária, reitera o que aponta Cesarino (2019) ao falar sobre a não percepção de manipulação e ingenuidade dos bolsonaristas frente a padrões discursivos simples e repetitivos difundidos em sua maioria pelas informações manipuladas.

Ao tratar desse assunto, podemos pensar facilmente o conceito de “*pós-verdade*” (ALVES; MACIEL, 2020; ARAUJO, 2018; KAKUTANI, 2018; LLORENTE, 2017; RUEDIGER; GRASSI, 2018). Eleita a Palavra do Ano de 2016 pelo Dicionário Oxford, segundo sua definição, a pós-verdade “se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal”⁵⁰. Ou seja, o conceito tradicional de verdade e dados da realidade passam a ser menos importantes, ou irrelevantes, frente a circunstâncias (declarações, notícias, imagens, vídeos) em que apelos emocionais e crenças pessoais (aquilo que sinto, penso e acredito) são tomadas como mais relevantes na constituição de sua opinião, havendo aí o viés de confirmação.

As plataformas digitais nos concedem uma abundância de comunicação e superinformações capaz de gerar uma “sociedade do cansaço” (HAN, 2015), e começam a se tornar “uma fonte de saturação de informações em que os sujeitos passam a receber e acreditar em todo tipo de conteúdo, dando início um cenário da pós-verdade e de infoxicação⁵¹” (RUEDIGER; GRASSI, 2018a, p. 10). As desinformações e a ideia de pós-verdade vinculam-se ao princípio de uma era informacional calcada na velocidade de produção, circulação e consumo de informações, onde qualquer pessoa “pode dizer qualquer coisa sobre qualquer assunto da maneira que bem entender” (ALVES; MACIEL, 2020, p. 148). Assim sendo,

É importante compreender a lógica alienante do discurso deste movimento: não importa se o conteúdo produzido nem sempre tem lastro efetivo na realidade; a questão é que, apesar de sua virtualidade, este conteúdo é vivenciado como real. Fantasias como o “kit gay” ou a “ameaça comunista” são vividas como reais porque são

⁵⁰ Oxford Languages: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acessado em: 22/04/2020.

⁵¹ Infoboxação é um termo cunhado por Ruediger e Grassi (2018a) e seria uma forma de “intoxicação” pelo excesso de informações consumidas diariamente, podendo levar a problemas psicoemocionais.

produzidas ideologicamente a partir da realidade, não simplesmente como falsa consciência, mas como verdades que abrangem a sua própria falsidade à medida que se estabelecem sem qualquer possibilidade de contraponto aquilo que afirmam (ARAUJO, 2018, p. 29).

Entre grupos (páginas de *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp* e canais de *Youtube*) se tornou constante o massivo volume de (des)informações desse tipo lançadas para os usuários dessas plataformas. Nas redes sociais digitais, haviam centenas de grupos públicos destinados a disseminação de conteúdo de propaganda eleitoral pró-Bolsonaro, incluindo dezenas de grupos de *Whatsapp* (CESARINO, 2019, 2020).

Os grupos de *Whatsapp* destinados a Bolsonaro podiam ser encontrados em planilhas disponíveis em sites pró-Bolsonaro, por meio de *links* disponibilizados no *Facebook* ou *Twitter*, que eram, por sua vez, segmentados por gênero ou áreas geográficas, como destaca Cesarino (2019, 2020). Dezenas de conteúdos distintos disparados diariamente, desde vídeos, áudios, memes de *Internet*, mensagens de texto, sejam com conteúdo propagandísticos a favor do candidato, sejam, por outro lado, as famosas *Fake News*, carregadas de desinformação, teorias conspiratórias, material ofensivo e calunioso contra pessoas e grupos opositores ou minorias sociais etc. (CESARINO, 2019, 2020; NEMER, 2019; SANTOS et. al., 2019; TARDÁGUILA, et. al., 2018). No *Youtube* dezenas de canais de apoiadores do Bolsonaro ajudavam a propagar tais conteúdos, incluindo, as desinformações.

Hoje, muitos youtubers direitistas veiculam uma mensagem padronizada: nas últimas décadas, estava em curso a implementação do comunismo no Brasil. [...]. Nesta guerra psicológica, a agressividade de vários influenciadores não é apenas uma questão de estilo. É funcional, mesmo que muitos deles a adotem por imitação ou intuitivamente. Deve-se confundir o oponente, desacreditá-lo, abalar o seu moral (BUGALHO, 2020, n.p., posição no ebook: 72)

Por meio de um descarrilamento de deslegitimação à base de xingamentos, ofensas e ataques morais tanto a pessoas ou grupos, e a própria imprensa e especialistas, como professores, pesquisadores e cientistas em geral, esses “influenciadores” chamavam seu público a se informar não pela “*globolixo*” ou qualquer outro veículo jornalístico, mas por meio de seus vídeos e *lives* no *Youtube*.

Com base nesta discussão podemos perceber que mitos e verdades se misturam em um mundo de excesso de (des)informação onde narrativas diversas são

criadas e reformuladas para explicar a realidade a nossa volta como forma de engajamento político por meio da manipulação de nossas crenças e emoções. Nesse sentido, de uma forma ou de outra podemos dizer que a URSAL de fato existe, até onde sabemos, no imaginário da direita, que tomou esta conspiração como verdade, da esquerda e da população em geral que fizeram disso uma grande piada que lotou as redes sociais digitais na época e que fora inclusive utilizada como foto de perfil por usuários(as) do *Tinder* como forma de identificar seu posicionamento político-ideológico.

3.4.5. “A eleição acabou, mas o ranço por vocês não”: (anti) Bolsonarismo em questão

Durante, e mais intensamente depois, a derrocada do governo petista, gerou-se no país um grande clima de ruptura, não só institucional, mas também uma fragmentação na percepção de segurança e estabilidade política, econômica e social na população de forma geral. Esse espaço vazio teria gerado “um momento favorável para que uma nova liderança política pudesse canalizar as pontas soltas deixadas pelo lulismo no campo ideológico” (ARAUJO, 2018, p. 26). Essas “pontas soltas” foram canalizadas a partir de discursos cada vez mais extremados, polarizantes e, acima de tudo, moralizantes sob a figura do “cidadão de bem” (ARAUJO, 2018; CESARRINO, 2019; SILVA, 2020).

Todos os demônios do ultraconservadorismo brasileiro [patriarcalismo, autoritarismo, exaltação da violência, homofobia, fundamentalismo cristão etc.] aparecem explícitos em uma liderança que encarna esse “homem de bem”, e mais: ostentando cinicamente a bandeira política de ser um outsider, de não fazer parte da política profissional, manchada pela pecha da corrupção. A sintomática síntese desse movimento está na máxima viral “meu partido é o Brasil” (ARAUJO, 2018, p. 26).

Emerge, nesse sentido, a figura de Jair Bolsonaro, que já vinha ganhando destaque midiático há anos por todas as suas falas consideradas esdrúxulas, mas que gerava audiência, seja por ser considerado como uma piada de mal gosto na política, ou por ser levado a sério por boa parte da população brasileira. Bolsonaro conseguiu reunir em torno de si vários elementos que permitiram sua ascensão: um ferrenho antipetismo, marcando o antagonismo “nós” e “eles”; uma pauta anticorrupção

assumida com a consolidação da Operação Lava Jato e que girava em torno da figura do ex-juiz Sergio Moro, principalmente quando este é nomeado ministro da Justiça; um discurso nacionalista expresso em *slogans* como “vamos fazer o Brasil grande novamente”, contradito, entretanto, com discursos neoliberais de privatização de serviços públicos como saúde e educação e órgãos estatais como a Petrobrás, sendo mais fácil culpabilizar a “incapacidade” do Estado de gerir estes serviços. Portanto, justificando a necessidade de privatização, do que realmente tomando medidas eficazes de investimento para o aperfeiçoamento desses setores; uma discursiva moralidade cristã, contraditória, entretanto, com seu discurso de violência e antidemocrático; ataques fervorosos ao fantasma do comunismo, ao proferir e acusar “qualquer leitura crítica da própria formação social brasileira, sob rótulos vazios como ‘comunismo’ ou ‘marxismo cultural’” (ARAUJO, 2018, p. 27), atribuído também a qualquer dissidente, opositor ou crítico à mais pífia ideia proferida por Bolsonaro; política econômica liberal sob a figura de Paulo Guedes, Ministro da Economia no governo Bolsonaro, que serviu de pilar de sustentação do projeto político e do apoio da camada empresarial, cujos ideais visavam um discurso de eficiência administrativa e na diminuição do Estado por meio de reformas previdenciária, tributária e administrativa; o fato de ser um ex-militar, o que não só fez com que ganhasse apoio de grande parcela de militares, mas de muitos conservadores que ainda veem no exército uma figura de ordem e respeito.

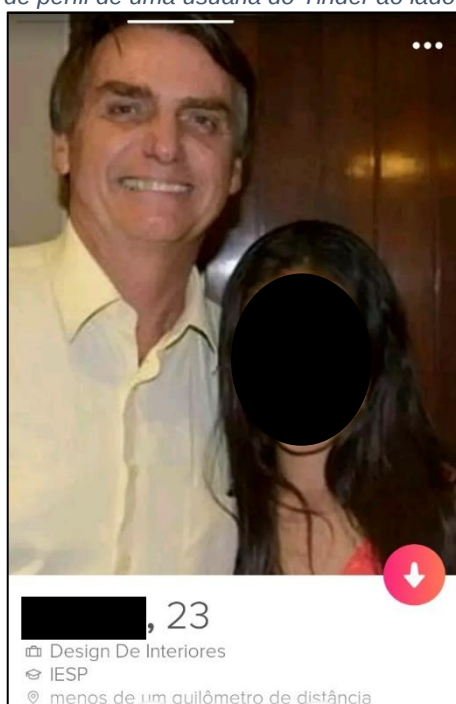
Este elemento talvez se relacione com o grande número de homens com fotos em que aparecem fardados e/ou armados em seus perfis do *Tinder*, encontrados apenas com perfil configurado como feminino, e que permitiu a criação da categoria “*Fardas e/ou armas*”. No entanto, tal inferência se torna inviável neste caso, visto que não houve menção de qualquer tipo a respeito de política em nenhum destes perfis, seja em suas fotos ou descrições de perfil. As fotos destes usuários são em estandes de tiro, de bombeiros, militares do exército e da polícia, ambos fardados e/ou armados, com alguns se identificando como militares em sua descrição de perfil.

De tal modo, foi em um homem que essa parcela da população encontrou tudo o que ansiavam. Um homem que no mesmo tom autoritário e raivoso ficou conhecido como “Mito” pelas “mitadas” que dava ao responder com ignorância, ironia, deboche e desrespeito qualquer um que o questionasse sobre qualquer coisa. Não há como

negar que há aí um aspecto marcadamente preocupante da personalidade de Bolsonaro, qual seja, uma forma distorcida e apelativa de carisma.

O “carisma” em torno da imagem de Bolsonaro, por sua vez, se deu principalmente pelo antagonismo (CESARINO, 2019). Por conseguinte, “o carisma digital e a simplicidade discursiva tanto da memética quanto do discurso populista, que foram a marca da sua campanha, fizeram com que qualquer um se sentisse à vontade e encorajado a participar da política nesses novos termos” (CESARINO, 2020, p. 112).

Figura 26 - Foto de perfil de uma usuária do Tinder ao lado de Jair Bolsonaro



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Ao se referir a uma memética discursiva simplista de Bolsonaro, Cesarino (2020) refere-se ao estudo formal dos “memes”. Diferente dos populares “memes de Internet”, cujo nome e significado é baseado no conceito de “memes” cunhado por Richard Dawkins em seu livro “O gene egoísta”, de 1976. Os memes cunhado por Dawkins são referentes a uma forma de replicador de instruções, assim como os genes, responsáveis pela replicação de informação genética. No entanto, os memes seriam um replicador de pequenas unidades de comportamentos sociais, de cultura, ideias, teorias, línguas, sons, imagens, valores estéticos e morais, dentre outras coisas que possam ser aprendidas e replicadas facilmente e de forma autônoma (BLACKMORE, 1999; DAWKINS, 1976; LEAL-TOLEDO, 2013). Ou seja, “todo

comportamento não geneticamente determinado, tudo que uma pessoa é capaz de imitar ou aprender com outra pessoa é um meme” (LEAL-TOLEDO, 2013, p. 192).

No entanto, não se limita a cópias diretas de instruções, sendo possível sua “mutação”, visto que essas instruções competem seletivamente por um espaço para replicação, sendo sua adaptabilidade o que lhe permitiria uma maior frequência de replicação (DAWKINS, 1976; LEAL-TOLEDO, 2013). Embora arrogue como objeto as várias facetas da cultura, sendo um ramo das ciências naturais, a memética estaria interessado em estudar também “o substrato neural responsável pela imitação e pelo aprendizado social” (LEAL-TOLEDO, 2013, p. 193).

Nesse sentido, Bolsonaro utiliza de recursos retóricos de fácil explicação e replicação como forma de resposta para fenômenos sociais, o que lhe permite ser visto por sua base como espontâneo e corajoso por dizer “a verdade”, Bolsonaro o “faria” com ar de piadista, ao mesmo tempo em que ameaça matar ou prender seus “inimigos” (CATALANI, 2018). Bolsonaro fala aquilo que cada seguimento do seu eleitorado parece querer ouvir, mesmo sendo “as maiores barbaridades como um tiozão da padaria, burro e violento, mas simpático, com ar de debochado e leve - que é precisamente o que permite a identificação do cidadão médio” (CATALANI, 2018, s.p.). Seus apoiadores e o próprio Bolsonaro afirmam comumente que essas falas não passam de brincadeiras contra a “ditadura do politicamente correto”, contra os “defensores dos direitos humanos” (BUGALHO, 2020; SILVA, 2019; SILVA, 2020), visto por eles como “ideologia que descriminaliza bandidos, pune policiais e destrói famílias”⁵², e contra uma suposta “ideologia de gênero”.

Assim, o termo *bolsonarismo* pode ser usado para caracterizar as práticas e ideais do Governo Bolsonaro, mas não somente, proferidas com base em uma combinação de política populista, fundamentalismo cristão, ultraconservadorismo moral de direita, neoliberalismo, antipetismo, combate moralizante à corrupção (de esquerda), ações antidemocrático e uso de discursos violentos e carregados com expressões de ódio alavancadas nas redes sociais digitais de forma simplificadora e memeficada difundidas por meio de desinformações conspiratórias, negacionistas e polarizantes, validadas por um contexto de pós-verdade, utilizadas como arma

⁵² Trecho da fala de Jair Bolsonaro em seu discurso de posse da Presidência da República em 1º de janeiro de 2019.

discursiva de ataque contra a imagem de seus opositores políticos, minorias sociais, instituições públicas, imprensa e cientistas.

Críticas das mais diversas vem sendo realizadas em frequência quase diária a Bolsonaro, seus Ministros e seu governo. Semanalmente é possível encontrar vários escândalos, crises autogeradas, medidas e decisões que afrontam direitos gerais da população e falas, comentários, discursos ou postagens em redes sociais digitais com posturas que vão contra a dignidade dos cargos ocupados por integrantes do governo Bolsonaro, como a própria presidência. Essas críticas e repúdios puderam ser vistas também em alguns perfis de usuários(as) do *Tinder* que foram coletados para esta pesquisa e compuseram as subcategorias “*Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro > Crítica a Bolsonaro e/ou seu governo*”.

Figura 27 - Usuários do Tinder com críticas à Bolsonaro e seu governo



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

Com idades de 19 a 43 anos, dos 33 perfis que compuseram esta subcategoria “*Crítica a Bolsonaro e/ou seu governo*”, a maioria encontra-se na faixa dos 20 anos de idade, destacando-se, mais uma vez, a quantidade de usuários(as) que se identificam como estudantes, além de outras profissões como fonoaudióloga, terapeuta, auxiliar financeira, psicólogo. Deste total, 26 dos perfis coletados são de usuárias do sexo feminino, enquanto os usuários do sexo masculino somam 07 perfis.

Outros(as) usuários(as) alocados(as) nesta categoria apresentam, além de características pessoais e gostos em geral, algum tipo de “crítica” a Bolsonaro e seu governo. É o caso da usuária ilustrada acima que afirma estar “*mais perdida*”, seja no uso do aplicativo, na busca por um par afetivo-sexual ou “na vida”, de forma genérica transcendental, do que “*o Bolsonaro na presidência*”. A usuária aproveita-se de um recurso linguístico para associar a sua desorientação pessoal com a desorientação do presidente eleito e sua forma de gerir a coisa pública. Por fim, essa usuária completa sua descrição com uma característica pessoal que afirma ser sua maior arma para conquista.

Outros exemplos desse tipo de associação entre características ou gostos pessoais em oposição ao Governo Bolsonaro vêm de exemplos como: uma usuária, estudante de 21 anos, ao afirmar que “*adora comida e odeia o presidente*”; outra estudante de 26 anos que diz “*posso n ser bonita, mas pelo menos n votei no bozo*”; ou mesmo uma outra usuária de 37 anos, também estudante, que afirma gostar de “*ver o Sol, caminhar na praia, falar mal do Biroliro e afins...*”. Já um outro usuário, de 27 anos do sexo masculino e estudante, questiona o rótulo dado pelos eleitores de Bolsonaro ao afirmar em sua descrição de perfil que “*Mito é mainha que criou um filho sozinha, o resto é conversa*”.

Embora as críticas a Bolsonaro e ao seu governo deem informações relativamente suficientes a outros(as), estes(as) usuários(as) enfatizam suas características pessoais, gostos e *hobbies*, que também são destacados como forma de construção de sua imagem para apresentação de si no aplicativo:

“21 anos, estudante de psicologia, apaixonado por livros e séries”;
“1,76 (acho). E magrela”;
“1,73, Sapé, Feminista, Plus Size, Sapiosexual”;
“Sou uma menina bem tímida, mas muito tagarela quando me sinto confortável. Amante da sativa. Amo doces, vinho e conversar por horas por telefone. Não venho muito por aqui”.

Alguns gostos e *hobbies* também são destacados:

“Forrózin, Feminista, Meme, Música”;
“Café, ciência, coisas sem sentido (terra plana não), mais café, viajar, cerveja, falar mal do bozo, e por aí vai”;
“Bacharel em Direito, anti Bolsonaro, fã de esportes, cinema e cultura geek”.

Nenhum dos perfis desta subcategoria apresentam características idealizadas do outro que se busca no aplicativo, nem mesmo de uma possível relação ansiada com a utilização do *Tinder*. No entanto, apenas uma usuária apresenta um padrão distinto do descrito acima em sua descrição de perfil. Em seu texto a usuária não traz características ou gostos pessoais, mas é a única aqui a eleger um elemento explícito para se manter ou não uma experiência relacional no aplicativo. Para esta, o voto está como critério inicial para o estabelecimento de um vínculo relacional. Em sua descrição, de apenas uma linha, a usuária afirma estar buscando “*amizades que não votaram no fascista*”. Embora ela apresente um aparente posicionamento antifascista, não fora alocada na respectiva subcategoria por interpretarmos que, em primeiro plano o seu texto de perfil vem como forma de crítica ao Bolsonaro e seu governo. Esta crítica estaria presente, assim, no reconhecimento, da/para a usuária, de características que dariam a ela essa propriedade para relacionar as ações de Bolsonaro ao comportamento de um governante “fascista”.

Quanto ao subgrupo “Antifascismo, contra a ditadura”, este é composto por um total de 21 perfis de usuários(as) de 18 a 33 anos de idade, dos quais dezoito são de mulheres e três de homens, sendo a maior parte destes(as) compostos por estudantes, além de uma médica, uma musicista e um arquiteto. As descrições apresentadas são elaboradas e apresentam características e gostos pessoais, onde alguns(mas) também expõem seu desejo pelo estabelecimento de amizades e namoro, além de frases como: “*Antifascista*”, “*Fogo nos fascistas*”, “*Às vezes antissocial, sempre antifascista*”, “*Tortura não se comemora, ditadura se repudia*”, “*Bate em fascista (trabalhada no ódio) + Comunista + Dobrinhas na barriga = namorada perfeita*”.

Figura 28 - Perfil de usuários(as) que se dizem contra o fascismo



Fonte: Tinder - Compilação do autor (2020)

A aplicação do adjetivo fascista se banalizou no Brasil em 2018, assim como o termo comunista nos anos anteriores, e passa a representar não exatamente o fascismo nos moldes de Mussolini, mas a ser designado a pessoas que tecem defesa a ideias extremistas de direita e de forma mais genérica ao governo Bolsonaro, ao próprio Bolsonaro e seus apoiadores. Embora nos interessasse a exposição à recusa desses(as) usuários(as) a outros que possam não compactuar com ideais de combate ao fascismo, como expresso na frase “Sou *Antifascista. Achou ruim, passa pra esquerda*”, vale a pena uma pequena discussão sobre tema do fascismo.

Nesse sentido, Levitsky e Ziblatt (2018) elaboram um modelo simples para identificar tendências autoritárias de um líder. O “teste” de autoritarismo proposto pelo autor aponta quatro comportamentos que nos ajuda a reconhecer um líder com tendências autoritárias. Com isso, apontam que devemos nos preocupar quando políticos:

- 1) Rejeitam seja verbalmente ou em suas ações e manobras política, as regras do jogo democrático, não aceitando as regras democráticas de disputa política ou os resultados advindos dela, como não aceitar a derrota em uma eleição acusando fraude falsamente;

- 2) Negam a legitimidade de existência de seus oponentes políticos seja discursivamente, afirmando querer metralhar seus opositores de uma determinada região, numa tentativa de deslegitimá-los enquanto concorrentes transformando-os em inimigos a serem combatidos, seja praticando de fato alguma ação que leve a isso;

- 3) Possuem discurso ou comportamento que encoraje a violência, como possuir quaisquer laços com forças paramilitares, milícias etc., patrocinar ou estimular ataques de multidões contra oponentes, abrandar punições de crimes cometidos por seus apoiadores ou elogiarem atos de violência como ditaduras, tortura e torturadores;

- 4) Restringem as liberdades civis de seus opositores ou prejudicá-los de alguma forma seja com discursos ou ações que levem a um cerceamento de direitos ou liberdades de pessoas ou grupos com posicionamento contrário ao do governante, seja por meio de calúnia e difamação, seja por meio de leis que restrinjam críticas e protestos de pessoas físicas ou grupos civis.

Outro autor que pode nos ajudar a identificar tendências autoritárias em políticos é Stanley (2018), onde destaca 10 características que julga fundamentais

que juntas formam o conceito de fascismo. Assim, temos 10 pilares em que o fascismo se apoia. Em seu livro o fascismo não é apenas uma ideologia, mas também uma técnica de se manter no poder, portanto, esses 10 pilares contêm alguns procedimentos utilizados por governantes para chegar ou se perpetuar no poder. São eles:

1) Um passado Mítico: discurso que tem o objetivo de despertar nas pessoas uma nostalgia, uma busca por um passado mítico, de volta a um período histórico glorificado. No Brasil, temos esse passado na figura do regime cívico-militar de 1964.

2) Propaganda: tem o objetivo de vender uma imagem para o público geral, geralmente com o papel de ocultar as ações e medidas problemáticas de políticos. Um embate pelo controle das narrativas é travado como forma de manipular a informação utilizando-se de uma propaganda que apresenta ideias virtuosas enquanto na verdade os comete largamente. Doutrinadores falam em luta contra doutrinação, corruptos falam em luta contra corrupção etc.

3) Anti-intelectualismo: tentativas de minar o discurso público, atacando e desvalorizando a educação, Universidades, áreas do conhecimento, professores, jornalistas, cientistas. O debate público é feito aos berros e por meio de ofensas com o objetivo de calar ou depreciar diferentes perspectivas.

4) Irrealidade: falamos basicamente da disseminação de desinformação e teorias conspiratórias no debate político. É quando a propaganda política ganha difusão ao ponto de conseguir distorcer ideias e a própria realidade das coisas são colocadas em xeque, mesmo que as provas reais sejam apresentadas. Mentiras óbvias são repetidas ao ponto de destruir o espaço da informação. O debate racional é substituído pelo engajamento em torno do medo e do ódio. Sem uma compreensão adequada da realidade não é possível tomar decisões coerentes, restando ao líder, detentor da voz da verdade, tomar as decisões corretas por nós.

5) Hierarquização da sociedade: haveria uma ideologia de superioridade natural de poder e dominância que contrariaria a igualdade proposta pela democracia liberal. Haveria uma pretensa superioridade entre o fascista e seus opositores, o que proporcionaria uma polarização entre “nós” e “eles”. Os cidadãos de bem e os criminosos, aqueles que apoiam completamente o líder, e o resto, os traidores.

6) Vitimização: mesmo atacando, desrespeitando, caluniando ou matando minorias sociais ou opositores políticos, o líder ou grupo aliado sempre se declara

vítima das minorias. Tentativas de estabelecer justiças sociais e promover igualdade é encarada como uma violência cometida contra o grupo dominante.

7) Lei e Ordem: há um maior investimento em medidas punitivistas que visam prender e retirar da sociedade qualquer pessoa com comportamento suspeito ou imaginado como repudiável. A retórica de lei e ordem aqui é contrária ao de um Estado democrático de direito saudável, e visa a divisão dos cidadãos entre a nação escolhida, os justos, os de bem, e aqueles sem lei, os maus. Haveria uma espécie de criminalização, mesmo que não oficial, dos dissidentes, pelo simples fato de existirem, sejam mulheres que não se enquadram em papéis tradicionais de gênero, pessoas não brancas, homossexuais, imigrantes e não praticantes da religião dominante.

8) Ansiedade e tensão sexual: qualquer ameaça à masculinidade patriarcal e à família tradicional é tomada como degeneração da sociedade, logo uma ameaça. Haveria uma larga disseminação de discursos sobre crimes de estupro, pedofilia, “desvios” sexuais, não que não sejam debates necessários, mas a política fascista apresentaria esses temas com uma grande tensão e forma de disseminação do medo. A ansiedade sexual é ampliada pelo medo ao sexualizar a ameaça do outro. Ou seja, os opositores são considerados como imorais, dados a todo tipo de práticas sexuais e “perversões”. Os opositores seriam aqueles que criam cartilhas para ensinar as crianças a fazerem sexo, ou os que distribuem kits sexuais nas escolas como uma mamadeira em forma de pênis, enquanto os apoiadores são os defensores da moral e dos bons costumes da família patriarcal tradicional.

9) Pureza tradicional e ancestral: o líder e seu grupo são tidos como puros, contrapondo-se à imoralidade dos seus opositores. Assim, o grupo precisa dominar o poder para trazer de volta essa moral, essa pureza perdida de um tempo passado.

10) Só o trabalho Liberta: o Estado reserva apoio apenas para os seus escolhidos, isso por um motivo simples, qualquer um que resiste ao seu domínio é considerado um preguiçoso, enquanto os apoiadores são tidos como trabalhadores de família. Os opositores não merecem fundos estatais, como auxílio ou programa de renda, porque iriam se acomodar no Estado. Sendo assim, apenas forçando-os ao trabalho duro os opositores seriam curados da preguiça e da acomodação. A oposição só quer a queda do fascista para continuar “mamando nas tetas do Estado”, pois são monstros preguiçosos.

Brasil (2019) também se utiliza desses dois autores para realizar um contraponto entre as tendências apresentadas acima com comportamentos apresentados por Bolsonaro, seus ministros e apoiadores desde o período de campanha para as eleições de 2018. A propagação dessas ideias é favorecida hoje pela *Internet*. Não bastaria olhar apenas para a política para entender o que os autores chamam de morte da verdade, mas também deve-se compreender a relação que a política estabeleceu com a tecnologia e a comunicação. Assim se questionam:

A suspeita é legítima: tudo bem que a técnica fascista contenha dentro de si procedimentos bem estruturados para destruir a realidade, como afirma Stanley, mas não é surpreendente que essa técnica volte a ser bem-sucedida no exato momento histórico em que as redes sociais consolidam sua presença dentro do instrumental usado pelas campanhas eleitorais? (BRASIL, 2019, p.21).

Diversos outros autores trazem características desse tipo de política e governos de cunho fascista, porém, objetivamos apontar brevemente alguns elementos que foram possíveis de serem percebidos nas ações e nos discursos de Bolsonaro e apoiadores de seu governo. Nesse sentido, haveria também esta associação por parte de algumas pessoas, como os demonstrados anteriormente com alguns(mas) usuários(as) do *Tinder* que se referem ao governo Bolsonaro e ao próprio então presidente e também seus apoiadores como sendo “fascista”.

Críticas a eleitores do Bolsonaro também enfeixaram parte dos perfis encontrados durante a coleta de dados para esta pesquisa. Certamente o nome “bolsominion” fora um dos que mais se destacaram como forma de se referir aos eleitores de Jair Bolsonaro. Nemer (2018) realizou uma investigação para tentar traçar os tipos de eleitores do Bolsonaro. O mesmo participou de quatro grupos extremamente ativos de apoio ao então candidato à presidência. Segundo sua descrição, cada um destes grupos trocava em média mil mensagens por dia. Analisando as mensagens e perfis desses usuários, chegou a três grupos ou “tipos” de membros apoiadores de Bolsonaro: “brasileiros comuns”, “influenciadores” e “bolsominions”⁵³.

⁵³ Para uma discussão mais aprofundada sobre os perfis dos eleitores de Bolsonaro em 2018 ler Kalil (2018). Nesta pesquisa a autora revela ao menos 16 tipos de perfis de eleitores, que podem ou não se mesclar e apresenta diferentes dimensões das crenças e temores daqueles que votaram em Bolsonaro.

Segundo Nemer (2018), a maioria dos usuários se enquadrariam na categoria de brasileiros comuns, que seriam pessoas de todas as classes sociais e que partilham experiências do seu cotidiano para justificar seu voto ao Bolsonaro. Esse grupo de pessoas teria uma certa desconfiança para com a mídia tradicional e veem os grupos de *Whatsapp* como uma fonte segura de informações, tanto para “conhecer melhor” o seu candidato quanto o opositor, ter acesso às informações “ocultadas” e “distorcidas” pela imprensa, o que deu origem ao jargão “Isso a Globo não mostra”. Esse grupo é aquele que comprou a retórica antipetista e anticorrupção do governo Bolsonaro, mas que embora, por regra, não sejam grandes militantes da extrema-direita acredita(ra)m que Bolsonaro seria uma boa escolha para mudanças positivas no país.

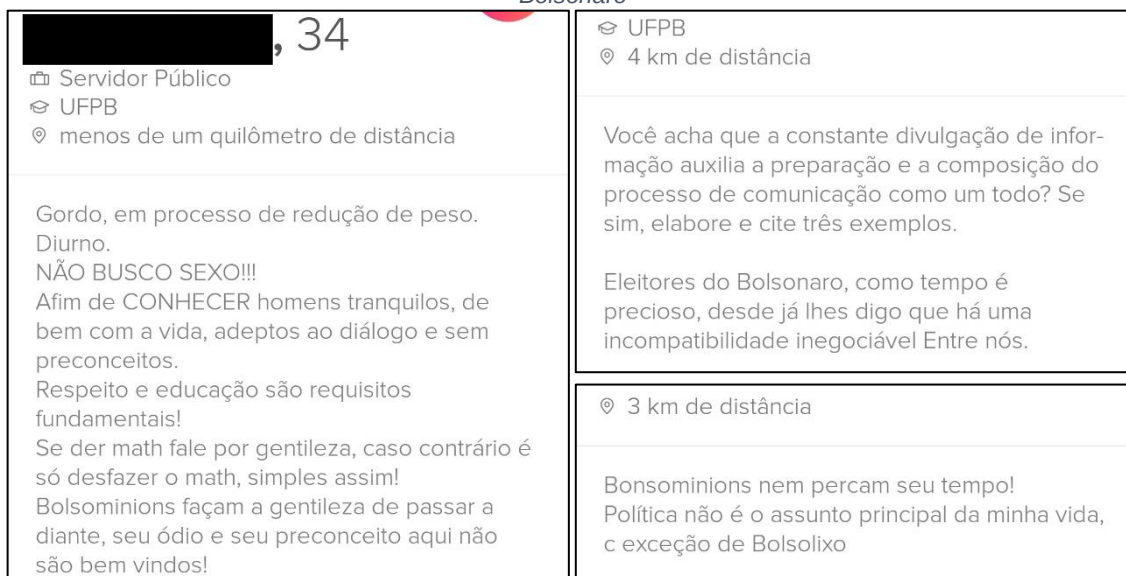
O segundo grupo, chamado de “influenciadores”, se destacariam na criação de desinformação, trabalhando nos bastidores para criar e compartilhar desinformações que seriam assimiladas e debatidas pelos dois outros grupos. Os influenciadores seriam aqueles que agenciam as notícias, promovem levantamento de *hashtags*, criam e editam imagens, vídeos, memes de *Internet*, e textos que se pretendem virais, promovendo também manifestações no mundo físico. Esse grupo se destacaria pela grande capacidade criativa na elaboração de desinformação e ataques difamatórios contra qualquer um que ousar questionar ou se opor ao Bolsonaro, compartilhando links de perfis de pessoas que criticam o líder, permitindo a ação de linchamentos virtuais por parte dos bolsominions (NEMER, 2018).

O terceiro grupo, o de “bolsominions”, seriam aqueles que trabalham voluntariamente em prol do Bolsonaro, seja em ações ou campanhas pró-Bolsonaro quanto contra PT, seja produzindo ou disseminando largamente as notícias sobre os candidatos. Seriam um “exército” leal de apoiadores prontos a encampar batalhas e ataques de todos os gêneros contra qualquer um que ouse questionar o líder. Estes se negam a aceitar qualquer tipo de questionamento, ou mesmo perguntas realizadas por outros eleitores “comuns”, como dúvidas sobre o porquê Bolsonaro se recusava a participar dos debates, ou mesmo “Por que Queiroz depositou R\$ 89 mil na conta de Michelle?”. Assim, “sempre que os eleitores ‘comuns’ tentam fazer perguntas, eles são bombardeados por mensagens apaixonadas dos ‘bolsominions’, que frequentemente baseiam seus argumentos em notícias falsas” (NEMER, 2018, s.p).

Do mesmo modo, muitos(as) usuários(as) do aplicativo *Tinder*, destacando-se mais uma vez o maior número de usuárias do sexo feminino, foram encontrados(as) utilizando a expressão “bolsominion” para se referir e demonstrar a recusa por outros(as) usuários(as) que seriam eleitores(as) de Bolsonaro. Os perfis que apresentam textos como “*bolsominion nem de like*”, “*votou no 17 passa direto*”, “*minions não, por gentileza*” ou qualquer outra menção que se refira a usuários(as) que tenham votado em Bolsonaro nos permitiu a criação das subcategorias “*Esquerda política/progressistas/pró-PT/contra Bolsonaro > Crítica a outros(as) usuários(as) de oposição política e ideológica*”.

Fizeram parte desta subcategoria um total de 80 perfis, sendo 16 de usuários do sexo masculino e 64 perfis de usuárias do sexo feminino. Com perfil configurado como masculino foram coletados 63 perfis dos quais 11 são de usuários do sexo masculino e 52 perfis de usuárias do sexo feminino. Já com o perfil configurado como feminino foram coletados 17 perfis dos quais 05 são de usuários do sexo masculino e 12 de usuárias do sexo feminino. Com idades de 19 a 57, predomina entre este grupo a faixa etária dentro dos 20 aos 26 anos de idade. Prevalece a ocupação de estudante, com pelo menos 46 usuários(as) que se identificam enquanto acadêmicos, além de outros(as) profissionais como contador, servidor público, fotógrafo, psicólogo, costureira, professora, enfermeira, engenheira elétrica, zootecnista, revisora e tradutora.

Figura 29 - Usuários(as) do Tinder que não querem ser curtidos(as) ou curtirem perfis de eleitores(as) do Bolsonaro



Fonte: Tinder - Compilação do Autor (2020)

Muitos dos perfis aqui alocados possuem descrições mais longas e elaboradas, que apresentam características de si e gostos pessoais. Características físicas como peso, altura, traços faciais aparecem periféricamente em detrimento de elementos constituintes de uma personalidade que se deseja apresentar. As preferências ou gostos pessoais descritos incluem saídas para praia ou bares, apreciação da natureza, leitura, música, jogos, programas de televisão como filmes e séries, dentre outros. Alguns poucos perfis também apresentam elementos ou características esperadas e/ou desejadas no/do outro como ser *“tranquilos”*, *“sem preconceitos”*, *“divertido”*, esperando, em contrapartida *“respeito e educação”*.

Entretanto, é a recusa por eleitores de Bolsonaro a recorrência discursiva mais explícita indicada e comum a todos(as) estes(as) usuários(as) como critério para seleção do outro e apresentadas em todos estes perfis que nos permitiram a criação desta subcategoria. Algumas das frases encontradas nos perfis coletados e que expressam abertamente esta recusa por outros(as) usuários(as) apoiadores de Jair Bolsonaro veem reproduzidas abaixo:

“X bozo lovers”;
“Bolsominionfóbica”;
“Bolsominion apertem X”;
“Bolsominions tocar o X”;
“Votou em birolauro dá X”;
“Bolsominions, nem pensar”;
“Bolsominions passem longe”;
“Se for bolsominion nem de like”;
“Minions e militares, fiquem longe, obrigada”;
“Não compactuo com eleitores do monsonaro”;
“Se for fã de Bolsonaro, não dar like, obrigada”;
“Minha boca jamais tocará a de um Bolsominion”;
“Fogo nos racistas. Bozominion é o Caraí. Feminista”;
“Se vc votou em Bolsonaro sugiro desfazer o match!”;
“Se votou em Bolsonaro faz favor de nem me dar like”;
“Só quero flertar but, sem match se vc for bolsominion”;
“Respeito os eleitores de Bolsonaro, mas, por favor, não”;
“#naofoicommeuvoto #se votou no bozo podedes combinar”;
“Dispensio Bolsominions! (Vi Isso No Perfil Aqui E Achei Legal)”;
“Defende Bolsonaro? X. Brasil acima de tudo, conservadora? X”;
“Bolsominions a saída fica deslizando para a esquerda, obrigada!”
“Se você voltou em Bolsonaro ou é de extrema direita, não fala comigo!”;
“Se for bolsominion nem se dê ao trabalho de dar like, passe bem longe”;
“Sou feminista e consciente, então bolsominions são inadmissíveis pra mim”;

“Se não gosta de Harry Potter ou gosta de Bolsonaro pode marcar o x please”;

“Adoro conversar e não suporto eleitores de Bolsonaro, então se você se encaixa nessa categoria favor dar X também”.

Compartilhar da desaprovação quanto ao Bolsonaro é percebido como um elemento significativo para esse grupo de usuários(as), da mesma forma que a busca por semelhantes que possuem “valores compartilhados”, como exposto por outro usuário já apresentado anteriormente. Os valores compartilhados, nesses termos, seriam, não ter votado em Bolsonaro, como expressa uma usuária ao afirmar “*que deseja uma distância enorme de quem votou no presidente atual do nosso país cujo nome é Bolsonaro*”; e outra que diz: “*se tu não votou nele já conseguiremos manter uma conversa sadia*”; bem como uma terceira usuária ao sugerir que “*se tu gostar de conversar, teu papo for bom e não tiver votado 17 a amizade já é garantida*”.

Alguns(as) percebem a relação com estes(as) outros(as) usuários(as) como uma perda tempo que deve ser evitada:

“Sem tempo para bolsonarista, irmão”;

“Se votou em Bolsonaro nem perde teu tempo”;

“SEM TEMPO pra quem apoia esse DESgoverno. Bjs”;

“Bolsominius eu não quero nem papo. Não perca seu tempo”;

“É robô/laranja/lambe bota do Bolsonaro? Nem perca seu tempo!”;

“Não encostarás tua boca militante na de um bolsominion’... Ou seja, não percam seu tempo!”;

“Muito bom qdo vcs colocam a foto com a propagando do Bozo, assim eu não perco tempo dando like”;

“Bolsominions nem percam seu tempo! Política não é o assunto principal da minha vida, com exceção de Bolsolixo”;

“Eleitores do Bolsonaro, como tempo é precioso, desde já lhes digo que há uma incompatibilidade inegociável Entre nós”.

A necessidade de economia de tempo ao tentar investir em uma relação com outro(a) usuário(a) seria um dos motivos que teriam levado esses(as) usuários(as) a descreverem em seus perfis a recusa quanto aos “bolsominions”. De igual forma, estes(as) reconhecem que é “*muito bom qdo vcs [outros(as) usuários(as)] colocam a foto com a propagando do Bozo, assim eu não perco tempo dando like*”. Para estes(as) usuários(as) o tempo empregado no estabelecimento da relação com o outro no aplicativo parece ser tratado como um investimento. Investe-se e se dedica tempo na construção de um relacionamento com a outra pessoa na tentativa de realização de experiências afetivo-sexuais. Nesse sentido, espera-se o retorno de

uma relação considerada saudável, com uma pessoa que “*chegue pra agregar coisas boas*”. No entanto, esse investimento parece não render os resultados desejados caso descubra-se que está se relacionando com um eleitor do candidato adversário. Para poupar-lhe a frustração de um investimento mal sucedido opta-se pela prevenção do risco, deixando explícito em sua descrição de perfil que não é desejado perder o tempo com uma pessoa que tenha votado em Bolsonaro, ou o contrário.

Outros(as) usuários(as) parecem tentar justificar os motivos pelos quais pretendem manter esta distância de outros(as) usuários(as) eleitores(as) de Bolsonaro:

“Bolsominions, se preservem, pois, a eleição acabou, mas o ranço por vocês não”;

“Eleitor e defensor do 17 (respeito opiniões divergentes, não aceito quem tenta depreciar as minhas)”;

“Bolsominions façam a gentileza de passar a diante, seu ódio e seu preconceito aqui não são bem vindos!”;

“Não gosto nem um pouco do atual presidente, então se tu não votou nele já conseguiremos manter uma conversa sadia”.

Para estes(as) usuários(as), os “*bolsominions*” ou ao menos aqueles que ainda permanecem apoiando Bolsonaro, partilhariam dos mesmos conjuntos de valores de “*ódio e preconceito*” disseminados por aqueles que fazem parte de seu governo, considerados por um dos usuários como “*preconceituosos, nazistas, fascistas, racistas*”. Esses conjuntos de valores que se imagina que eleitores(as) usuários(as) do *Tinder* portariam, faria com que houvesse “*uma incompatibilidade inegociável*” entre os(as) usuários(as) pró e contra Bolsonaro. Portanto, seus apoiadores “*não são bem vindos*”, sendo mais fácil que ambos não “*percam seu tempo*” um com o outro.

Achamos importante destacar mais uma vez o grande número de pessoas, principalmente mulheres, que se posicionam nesta categoria à esquerda em relação a usuários(as) que se posicionaram como sendo de direita. Nesse sentido, há uma proporção muito maior de esquerdas que parecem mobilizar essas questões políticas e ideológicas como critério de veto ou não do outro relacional. De um lado há o entendimento de que estes critérios se dão pela busca por pessoas com pensamentos, concepções morais e percepções semelhantes sobre a realidade. De outro lado, podemos cogitar a existência de uma forma de “*intolerância*” dessas

esquerdas para com as direitas, porém não equivalente nos mesmos termos de discurso de intolerância das direitas para com as esquerdas.

Embora nossos dados exponham e corroborem a existência desta polarização política e ideológica, que saiu da esfera social e adentrou esferas privadas da vida – como alguns espaços de relações afetivas (relações familiares, de amizade, afetivo-sexuais) –, esta polarização não é equitativa. Desta feita, temos que estes motivos para a recusa não são equivalentes para ambos os lados.

Assim, entendemos que o fato de haver uma maior atenção por parte de pessoas à esquerda em relação a esses critérios pressupostos de seleção do outro com base no posicionamento político tem mais a ver com o tipo de discurso produzido pelas direitas conservadores e em muito intolerantes. Nesse sentido, a produção desse tipo de discurso intolerante de certos grupos de direita – contra a esquerda, contra petistas ou mesmo contra negros, contra feministas, contra LGBTQIA+, onde estes deveriam ser eliminados a todo custo – levaria a recusa das pessoas de esquerda por outras de direita. Podemos tomar o *paradoxo da tolerância* de Popper (1974) como uma forma de explicar este comportamento, onde o que percebemos é que estes(as) usuários(as) de esquerda apresentam-se como “intolerantes” contra os intolerantes. Isso se faz flagrante em discursos como: “[...] *seu ódio e seu preconceito aqui não são bem vindos*” e “[...] *respeito opiniões divergentes, não aceito quem tenta depreciar as minhas*”.

Ou seja, a recusa por um bolsonarista, por exemplo, não seria exatamente um elemento de intolerância aos termos em que tratamos da intolerância relativa a uma direita conservadora, mas sim uma tentativa de não encontrar uma figura que partilhe de ideais conservadores e que possa se mostrar como intolerante.

Não obstante, pudemos perceber várias mulheres que em seus perfis expuseram a recusa por comportamentos e pessoas que se mostrassem machistas, “*com papo escroto*”, sexista, misógino, homofóbico, racista etc. Sujeitos com esses comportamentos seriam aqueles que atingiriam os direitos e a dignidade do outro enquanto pessoa, porém, o outro, em especial as mulheres nesse exemplo, que se apresentam como não machista, feminista etc., em princípio não os atingiriam com comportamentos e pensamentos que possam ferir, desrespeitar ou diminuir. Ou seja, de um lado teríamos certos grupos de direita com um tipo de discurso de eliminação do outro, do diferente, das esquerdas, dos comunistas etc., enquanto do outro lado

algumas esquerdas que buscariam, a princípio, a defesa dos direitos de grupos em geral por meio do combate a discursos de ódio e preconceito sem a necessidade de eliminação do diferente.

Assim, os sentimentos de aversão enfeixados por uma polarização política acirrada impediriam, nestes termos, quaisquer possibilidades de diálogo sadio entre estes(as) usuários(as), visto que, para eles, o grupo de eleitores de Bolsonaro compactuariam com uma prática de depreciação de opiniões divergentes perpetradas ao longo do período eleitoral. Restaria, portanto, apenas o “*ranço*” de uns pelos outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entendendo que as Ciências Sociais devem, assim como já têm feito, se preocupar e acompanhar as mudanças socioculturais geradas pelo avanço tecnológico, concentrando-se em seus aspectos subjetivos e sociais, esta investigação se deu pelo interesse em averiguar o papel que as redes sociais digitais vêm cumprindo em estabelecer mudanças significativas no comportamento corriqueiro e na percepção que as pessoas possuem da realidade. Assim, este trabalho e a escolha de seu tema implicam numa tentativa de produzir conhecimento acerca das decorrências dessas novas tecnologias de comunicação, em especial as redes sociais digitais, na busca por experiências afetivo-sexuais em um contexto de extrema polarização política, partidária e ideológica. Para tanto, escolhemos uma plataforma específica para iniciarmos nossa investigação.

O aplicativo *Tinder* é mais um dentre muitos recursos tecnológicos que se propõe como facilitador de atividades do nosso cotidiano. Foi criado com a finalidade de aproximar e promover a interação com novas pessoas proporcionando o desenvolvimento de amizades ou a busca por paqueras *on-line*, encontros casuais e mesmo encontrar uma parceria amorosa, mas, seu uso pode ocorrer de diversas outras maneiras não propostas pela plataforma. De venda de bens e produtos a promoção de prostituição, os usos realizados pelos(as) usuários(as) podem se dar também por meio de embates com a lógica inicialmente proposta, promovendo uma espécie de cocriação de valor do *Tinder* para seus(as) usuários(as) (CAVALCANTI, 2017).

Na busca por nossos objetivos no aplicativo criamos uma imagem idealizada de nós mesmos por meio de nossos perfis. Esta representação ideal, ou fachada pessoal, é composta por meio de nossas fotos, com seus conjuntos de elementos estéticos e de status simbólicos, nossas descrições pessoais, onde temos a possibilidade de exprimir características de valor sobre nossos corpos, desde o peso e altura a detalhes sobre aparência, além de gostos pessoais, que compõem nosso repertório social, cultural e econômico, como preferências musicais, prática de atividades esportivas, fluência em outros idiomas ou locais que já visitamos. Estes elementos simbólicos que efetivam essa espécie de fachada pessoal virtual têm por objetivo transmitir e emitir um sinal, uma impressão, que proporcionará ao outro a formulação de uma imagem de nós que esperamos que seja percebida.

Nesse jogo de conquista e sedução proposta por plataformas como o *Tinder* prioriza-se o destaque e a valorização de elementos que se julgue atrativo para o outro. Compartilha-se as expectativas de padrões desejáveis de beleza, como a exibição de corpos malhados, bem definidos e bronzeados ou mesmo com partes sexualizadas do corpo em destaque, o uso de roupas elegantes e sensuais, a opção por fotos em um ambiente de praia etc. Observamos também em alguns perfis a reprodução de certos estereótipos sexistas de masculinidade e feminilidade onde os homens aparecem em fotos ao lado de carros ou outros elementos que demonstrem certo capital econômico, enquanto as mulheres expressam capitais eróticos (LINNE; LOPES, 2019), além da reprodução de padrões desejáveis que se espera do homem e da mulher. Assim, nessa disputa pela atenção do outro, ainda prevalece a primeira impressão permeada pela construção da imagem de si, principalmente pelas fotos escolhidas para compor nosso perfil, que tem a intenção de impressionar o outro de algum modo, onde, este interesse, por sua vez, é representado por meio de um *like* e um possível *match*.

Embora esta lógica possa ser vista facilmente nestes ambientes, outros elementos constituintes dessa imagem construída virtualmente, além dos gostos pessoais e critérios para escolha do outro, também podem ser observados. É o caso dos posicionamentos políticos e ideológicos diversos que discutimos ao longo do terceiro capítulo desta dissertação, que pode ou não vir acompanhado de outros elementos de apresentação e escolha no momento de criação do perfil e seleção de outros(as) usuários(as) para se dar *like*.

Baseado nisso, com a pesquisa aqui apresentada realizamos a observação, coleta e mapeamento dos dados de perfis de usuários(as) habituais do aplicativo *Tinder* na cidade de João Pessoa – PB, elaboramos categorias explicativas em torno das características percebidas (fotos, descrições etc.) apresentando as recorrências discursivas desse(as) usuários(as) como forma de construção de uma imagem de si e os critérios para seleção do outro. Averiguamos também as possibilidades e estratégias diversas de uso (como filtram suas buscas, como e que informações apresentam, que vínculos buscam) e quais os motivos que levaram os usuários a utilizar este aplicativo (Amizades, encontros sexuais casuais, namoro). Porém, a partir da observação inicial de usuários(as) no *Tinder* percebemos a grande quantidade de perfis que empregavam o uso de imagens, cores, frases, slogans e textos em geral

para expressar seu posicionamento político, bem como a recusa por usuários(as) de posicionamento político contrário.

A partir da percepção de uma possível relação entre afetividade e polarização política, construímos e buscamos defender a hipótese de que este fenômeno de recusa do outro a partir de incompatibilidades políticas e ideológicas se deu devido ao cenário de grande polarização pelo qual passamos nos últimos anos nas esferas do debate público, e que certos espaços de afetos e os discursos afetivos destes(as) usuários(as) estão intimamente ligados a este contexto político-ideológico brasileiro. Ou seja, com base no mapeamento dos perfis com discursos políticos tivemos por objetivo central demonstrar que este vem se tornando um critério relevante, dentre outros, para o estabelecimento de vínculos afetivos e relações sexuais entre pessoas que buscam tais experiências com a mediação do *Tinder*. Nesses termos, certas esferas de relacionamentos parecem estar alinhadas a essa polarização, permitindo que a política afete, até certo ponto, nossas emoções cotidianas e espaços destinados a experiências afetivo-sexuais, tendo se tornado critério para se relacionar ou não com outras pessoas.

Após a criação do perfil de usuário com apresentação masculina iniciamos a observação e coleta de perfis que pudessem compor o escopo de dados para a realização desta dissertação. Inicialmente possuíamos o objetivo de realizar entrevistas com usuários(as) em geral que nos permitissem construir uma teia de relações de uso e percepção sobre a forma de se relacionar dentro desta plataforma. Porém, com a grande quantidade de perfis observados cujas fotos e descrições reproduziam um discurso político, optamos por realizar apenas a análise das recorrências discursivas destes(as) sujeitos a partir de seus próprios perfis, permanecendo assim apenas com a coleta de dados arquivais (KOZINETTS, 2010,2014). Com o objetivo de ampliar o escopo de dados para análise decidimos criar posteriormente um outro perfil de usuário, agora com uma apresentação feminina, o que também nos ajudou a perceber semelhanças e diferenças entre os(as) demais usuários(as) que nos é ofertado a depender do gênero que informamos.

Com isso, foram coletados 611 (seiscentos e onze) perfis, nos utilizando de um perfil com apresentação masculina nos meses de abril e maio de 2019 e 608 (seiscentos e oito) nos utilizando de um perfil com apresentação feminina, cuja coleta fora realizada entre os meses de dezembro de 2019 e janeiro de 2020, somando um

total de 1219 (um mil duzentos e dezenove) perfis coletados e separados em categorias e subcategorias distintas.

Nos empenhamos em observar as recorrências discursivas apresentadas pelos(as) próprios(as) usuários(as) na construção de uma imagem de si por meio de seus perfis e a partir disso criamos categorias explicativas que facilitassem a compreensão dos objetivos, das formas de uso, dos critérios para seleção do outro e elementos gerais do perfil como formas de apresentação. Vale ressaltar, no entanto, que estas várias “caixinhas” que criamos para melhor discutir cada elemento proposto ao longo deste texto não tiveram por objetivo limitar ou rotular os(as) usuários(as) a tal ou qual categoria. No entanto, vimos essa forma de separação como uma facilitação para apresentarmos os diversos perfis coletados e realizarmos uma discussão específica sobre cada elemento exposto nos perfis de maneira mais detalhada. Tal opção também ajudou ao tecermos um paralelo cronológico com os eventos públicos do cenário político ocorridos nos últimos anos no Brasil que levaram esses(as) usuários(as) a esboçarem essa ou aquela opinião sobre determinado evento.

Destacamos a importância da continuidade da pesquisa aqui desenvolvida e a aplicação de novos métodos e hipóteses que possam ser levantadas posteriormente. Assim, demonstrado que a polarização política no Brasil tem se estendido para esferas privadas do cotidiano, sendo capaz de influenciar nosso imaginário na hora da escolha de um parceiro(a) afetivo-sexual, resta-nos observar o desenvolvimento deste fenômeno nos anos que se seguem. Além disso, é necessário aplicar novas questões que possam vir a ser respondidas para auxiliar-nos a montar e compreender esse mosaico de afetos permeados por este sentimento de aversão a pessoas de posicionamentos partidários/políticos/ideológicos distintos e mesmo conflitantes.

Iniciamos nossas discussões a partir do evento conhecido por Jornadas de Junho como delimitação temporal para encetarmos os argumentos de que nos últimos anos temos passado por um processo histórico de polarização política, o qual vem se estendendo para além do debate público e se permeando por esferas do âmbito privado, familiar, afetivo e mesmo sexual. Este acontecimento foi um marco significativo na história brasileira recente, que permitiu a ampliação da participação popular no debate e no cenário político, além da criação de diversos grupos e movimentos sociais os quais residem até hoje na esfera política.

A partir das manifestações ocorridas em junho de 2013, iniciou-se um inflamatório sentimento de insatisfação ao governo petista devido a inúmeras crises enfrentadas por seu governo que, por sua vez, proporcionou o levante de inúmeros outros protestos sociais contra o então governo de Dilma Rousseff, ao seu partido e a própria esquerda enquanto espectro ideológico como um todo, culminando em seu *impeachment*.

Aos poucos, a desconfiança e insegurança direcionada ao Partido dos Trabalhadores acerca de sua capacidade de gerir o país foi se transformando em medo social e logo em ódio, inflamado em grande parte por lideranças políticas de oposição e uma classe média liberal revoltada com as ainda poucas políticas públicas voltadas às classes sociais mais pobres. Dessa forma, o Partido dos Trabalhadores passou a permear o imaginário de grande parcela da população como um novo inimigo que deve ser combatido e aniquilado.

Os elementos simbólicos foram sendo apropriados por grupos de ambos os lados deste espectro político como figuras de pertença. O uso das cores verde e amarela que remetem a bandeira nacional passam a ser usadas para campanhas da direita sendo associadas ao amor à pátria, ao nacionalismo e a preservação daquilo que se chama de “moral e bons costumes da família tradicional cristã”. Para esse grupo, o vermelho, cor do Partido dos Trabalhadores, é vinculado a um mal imaginado que deve ser extirpado.

Além da identificação por meio do uso de cores e dos slogans de campanha dos candidatos à presidência como significantes capazes de despertar e angariar afetos passou-se a se identificar como sendo “de direita/conservador/pró-Bolsonaro/contra PT” de um lado e “de esquerda/progressista/pró-PT/contra Bolsonaro” de outro lado. Estas identificações vieram acompanhadas de disputas e embates discursivos e da recusa de se relacionar com outras pessoas do grupo oposto. Isso porque um dos critérios para a manutenção de uma relação interpessoal é a existência de pontos em comum que permita a proximidade com o outro, pois deseja-se conhecer pessoas com “*valores compartilhados*”. Ou seja, para a efetivação das relações sociais entre os indivíduos são necessárias algumas pré-condições, como ter algum conhecimento sobre o outro, saber que medida de cultura esperar do outro, e quais são os conteúdos materiais comuns entre si e o outro pretenso relacional, uma forma de apresentação recíproca (SIMMEL, 2009).

A busca por semelhanças e por pessoas com valores compartilhados, nesse sentido, estende-se para além dos corriqueiros elementos de observação nesses tipos de ambientes virtuais, como aparência e status socioeconômico, por exemplo, passando a ser adicionado um novo elemento ao escopo de critérios que permitam a decisão do *like*. Assim, identificar-se a partir de posicionamentos ideológicos de direita e seus signos de pertença como ser conservador e patriota, ou como sendo de esquerda, comunista, petista, afirmar que o *impeachment* de Dilma foi golpe, usar *hashtag* favorável a liberdade ou condenação de Lula, ou dizendo #elesim ou #elenão etc. evocam sentimentos de pertença a esses grupos e que são capazes de gerar identificação ou repulsa do outro. Em muitos casos esta identificação política vem mesclada a outras características e gostos pessoais, o que pode ser encarado como elemento central para a definição do eu desses sujeitos. Ou seja, estes indicam a relevância de expor sua identificação política-ideológica meio a outras características físicas, *hobbies*, profissão etc., como forma de expor que ambos fazem igualmente parte de quem são.

Vimos a predominância de perfis femininos em que suas usuárias se apresentam como feministas, como contrárias as pautas do governo e da própria figura de Jair Bolsonaro por meio do uso da *hashtag* #elenão e demonstrando sua completa recusa por outros(as) usuários(as) que tenham votado em Bolsonaro, comumente chamados de bolsominions. O engajamento desse grande número de mulheres em torno destes critérios para seleção do outro se encontra no enfrentamento de pautas políticas homofóbicas e misóginas, dentre outras, frequentemente associadas ao discurso político bolsonarista.

Tanto o engajamento desse coletivo de mulheres, quanto os seus posicionamentos políticos em perfis pessoais como o *Tinder*, expõem a conquista de mais um espaço para a manifestação de suas liberdades de escolha e para as lutas feministas e de outros grupos sociais, que vêm sendo cada vez mais reconhecidos como atores sociais relevantes nos cenários do debate público. No caso da apresentação de si no aplicativo *Tinder*, a exposição de seu engajamento político em torno de pautas identitárias ou em oposição a políticas conservadoras e preconceituosas nos diz sobre a importância, cada vez mais necessária e presente, desses grupos de mulheres, negros(as), LGBTQIA+ etc., de se posicionarem

politicamente, apresentando-se ao outro e esperando destes o reconhecimento das lutas que enfrentam.

Além da predominância de perfis de mulheres, houve também uma grande prevalência de sujeitos que compartilham de valores políticos, ideológicos e morais progressistas e de esquerda. Embora o objeto inicial de sentimentos de aversão e ódio tenham sido direcionados a grupos e partidos de esquerda, isso demonstra que estas pessoas também estão imbuídas por estes sentimentos direcionados a grupos e pessoas de direita.

Assim, como apresentamos ao longo do texto, para as pessoas de direita, a esquerda, PT, progressistas e feministas seriam os grandes responsáveis pela quebra de valores familiares, cristãos e tradicionais, pela perversidade, pelo mal e depravação, portanto, devem ser combatidos e extirpados da existência, mesmo que à base de *“uma porrada inesquecível”*, como profere Olavo de Carvalho. Do lado oposto, aqueles de direita, conservadores, reacionários seriam os responsáveis pelo enfraquecimento e quebra das instituições democráticas. A revolta e indignação proporcionadas pelo discurso de Golpe de Estado que teria sido orquestrado para a remoção da então presidenta, além dos retrocessos em conquistas de direitos sociais, pelo projeto de destruição e morte elaborado pelo governo Bolsonaro também inflamam os ânimos e incita o sentimento de ódio. Vemos que este quadro proporcionou a ampliação dessa polarização política no país e permitiu que estes sentimentos de desconfiança, aversão, medo e ódio tomassem conta do imaginário e do repertório emotivo da população em geral.

Por fim, destacamos a importância da continuidade e ampliação do tema aqui apresentado, além da necessidade de utilização de outros métodos de investigação de pesquisas voltadas aos temas da afetividade e política, e como uma vincula-se a outra, para compreender mais profundamente as motivações das pessoas em utilizar posicionamentos políticos como forma de engajamento de experiências afetivo-sexuais.

REFERÊNCIAL BIBLIOGRÁFICO

ALMEIDA, Adjovanes Thadeu Silva de. LIMA, Vitória Thess Lopes da. Dilma Rousseff na imprensa brasileira: da reeleição ao processo de impeachment. **Encontros**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 26, 1º semestre, 2016. Disponível em: <https://www.cp2.g12.br/ojs/index.php/encontros/article/view/747/641>. Acessado em: 08/04/2020.

ALMEIDA, Raquel. *Fake News*: arma potente na batalha de narrativas das eleições 2018. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 70, n. 2, p. 9-12, abr.-jun., 2018. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/pdf/cic/v70n2/v70n2a04.pdf>. Acessado em: 21/04/2020.

ALMEIDA, Ronaldo de. Bolsonaro Presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. **Novos Estudos**: CEBRAP, São Paulo, v. 38, n. 01, p. 185-213, abr. 2019.

ALONSO, Ângela Maria. A política nas ruas: protestos em São Paulo de Dilma a Temer. **Novos Estudos**: CEBRAP, São Paulo, ed. Especial, p. 49-58, jun. 2017. Disponível em: http://novosestudos.uol.com.br/wp-content/uploads/2018/07/Angela-Alonso_A-pol%C3%ADtica-das-ruas.pdf. Acessado em: 19/04/2020.

ALVES, Marco Antônio Sousa; MACIEL, Emanuella Ribeiro Halfeld. O fenômeno das *Fake News*: definição, combate e contexto. **Internet e Sociedade**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 144-1171, fev. 2020. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/o-phenomeno-das-fake-news-definicao-combate-e-contexto/>. Acessado em: 28/04/2020.

AMARAL, Adriana. Categorização dos gêneros musicais na Internet - Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.FM. In: FREIRE FILHO, João, HERSCHMANN, Michael. (Org.). **Novos rumos da cultura da mídia. Indústrias, produtos e audiências**. Rio de Janeiro: Mauad, v. 01, p. 227-242, 2007.

_____. Autonetnografia e inserção online: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web. **Revista Fronteiras - estudos midiáticos**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 14-24, janeiro/abril 2009.

_____. Etnografia e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas. **Revista USP**, São Paulo, n.86, p. 122-135, junho/agosto 2010.

AMARAL, Adriana; et. al. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Cadernos da Escola de Comunicação**, Curitiba, n. 6, p. 1-12, ISSN 1679-3366, 2008.

ANDRADE, Marcelo. ¿Qué es la “aporofobia”? Un análisis conceptual sobre prejuicios, estereotipos y discriminación hacia los pobres. **Agenda Social**, Campos dos Goytacazes, v. 2, n. 3, p. 117-139, out./dez. 2008.

ARAUJO, Beatriz Pozzobon. Redes sociais na Internet e novas formas de sociabilidade: um estudo do Facebook. In: XIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA

COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 2012, Chapecó-SC. **Anais eletrônicos do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. São Paulo: Intercom, 2012. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/lista_area_IJ05.htm. Acessado em: 11/02/2018.

ARAUJO, Denise Castilhos de. MUCB (Mulheres unidas contra Bolsonaro): gênero e ativismo feminino e político em coletivo do *Facebook*. In: III SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MUDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 2019, São Leopoldo. **Anais do III Seminário Internacional de Pesquisas em Mudiatização e Processos Sociais**, v. 1, n. 3, São Leopoldo: PPGCC - Unisinos, 2019, p. 1-16.

ARAUJO, Wécio Pinheiro. Estado, ideologia e capital no Brasil contemporâneo: contradições do lulismo e surgimento do bolsonarismo. **Cadernos de Ciências Sociais da UFRPE**, Recife, v. 2, n. 13, p. 13-32, 2018. Disponível em: <http://www.journals.ufrpe.br/index.php/cadernosdecienciassociais/article/view/2505/482483170>. Acessado em: 26/04/2020.

ÁVILA, Milene Peixoto. **O Bolsa Família e a pobreza no Brasil**: detalhes que fazem a diferença. 2013. 266 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2013. Disponível em: http://repositorio.unicamp.br/jspui/bitstream/REPOSIP/281038/1/Avila_MilenePeixoto_D.pdf. Acessado em: 08/04/2021.

AZARIAS, Wiverson. “Não confie em ninguém”: teorias da conspiração como mitologia política. **Alabastro**: revista eletrônica dos alunos da Escola de Sociologia e Política de São Paulo, São Paulo, ano 3, v. 2, n. 6, 2015, p. 45-51. Disponível em: <http://revistaalabastro.fespsp.org.br/index.php/alabastro/article/view/91/54>. Acessado em: 14/09/2020.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1988.

BATISTA, Antônio Augusto Gomes. **Notas sobre a reflexão sociológica da psicanálise**. s.l.; s.p.; 2012. Disponível em: <http://almanaquepsicanalise.com.br/wp-content/uploads/2015/09/A-reflex%C3%A3o-social.pdf>. Acessado em: 06/07/2020.

BECKER, Camila; et. al. Manifestações e votos ao *impeachment* de Dilma Rousseff na primeira página de jornais brasileiros. **Revista latinoamericana de ciencias de la comunicación**. São Paulo, v. 13, n. 24, p. 97-113, jan.-jun., 2016. Disponível em: <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/736/417>. Acessado em: 09/04/2020.

BELELI, Iara. Reconfigurações da Intimidade. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 25, n. 1, p. 337-346, jan.-abr. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1806-9584.2017v25n1p337>. Acessado em: 30/09/2020.

BETIM, Felipe. URSAL, ou só Daciolo (e os memes) conseguem unir as esquerdas no Brasil. **El País**, São Paulo, 17 ago. 2018. Disponível em:

https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/16/politica/1534409995_060445.html.
Acessado em: 15/05/2020.

BLACKMORE, S. **The Meme Machine**. Oxford: Oxford University Press, 1999.

BRASIL. Lei nº 10.836, de 9 de janeiro de 2004. Cria o Programa Bolsa Família e dá outras providências, Brasília-DF, 2004. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/l10.836.htm. Acessado em: 08/04/2021.

BRASIL, Meteoro. **Tudo o que você precisou desaprender para virar um idiota**. São Paulo: Planeta do Brasil, 2019.

BOMFIM, Camila; et. al. Deputada propôs a Moro acertar com Bolsonaro vaga de ministro no STF: ele 'vai cair se o sr. sair'. **G1**, Brasília, 14 mai. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/14/deputada-propos-a-moro-acertar-com-bolsonaro-vaga-de-ministro-no-stf-ele-vai-cair-se-o-sr-sair.ghtml>. Acessado em: 07/07/2020.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. O ato de comunicar. In: _____. **O Que é Comunicação**. Brasiliense, 2005. p. 35-45.

BOZON, M. **Sociologia da sexualidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

BUGALHO, Henry. **“Minha especialidade é matar”**: Como Bolsonaro tomou conta do Brasil. São Paulo: Amazon, 2020. Ebook. ASIN (Amazon Standard Identification Number): B089SBHXXZ.

BUHRER, Rodolfo. Lula discursará neste sábado em São Bernardo do Campo. **El País**, 09 nov. 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/11/08/politica/1573230948_757857.html. Acessado em: 15/04/2020.

CAMPIONI, Paula S. Direitos políticos: você exerce plenamente os seus? **Politize!**, São Paulo, 18 set. 2017. Disponível em: <https://www.politize.com.br/direitos-politicos/>. Acessado em: 07/07/2020.

CARVALHO, Heloisa de; BUGALHO, Henry. **Meu pai, o guru do presidente**: a face ainda oculta de Olavo de Carvalho. Brasília: Editora 247, 2020. ISBN-13: 978-6580103850.

CARRILHO, Kleber. Vem pra rua, que o gigante acordou: *slogans* e marcas nas manifestações de junho de 2013. In: ALAIC - XII Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, 2014, Lima-Perú. **Anais do ALAIC 2014 Perú, GT13: Comunicação Publicitária**, Lima-Perú: PUCP, 2014, p. 1-14.

CARTA CAPITAL. MBL elegeu oito de seus 45 candidatos. **Carta Capital**, 03 out. 2016. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/Politica/mbel-elegeu-oito-de-seus-45-candidatos/>. Acessado em: 10/04/2020.

CASTELLS, Manoel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura Vol.1 - A sociedade em rede -. 6ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

_____. (org). **A sociedade em rede**: do conhecimento à ação política. Imprensa nacional - Casa da Moeda, 2005.

_____. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAVALCANTI, Hellen Taynan da Silva. **Deu Match! As trocas nos relacionamentos virtuais e a objetificação do sujeito no Tinder**. 2017. 187 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

CAVALCANTE DOS SANTOS, Sheila. **Curtir ou Não Curtir**: Experimentações a partir do *Tinder*. 2018. 178 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018.

CESARINO, Letícia. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. **Revista de Antropologia da USP**, v. 62, n. 3, p. 530-557, 2019. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ra/article/view/165232/158421>. Acessado em: 27/04/2020.

_____. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Revista Internet e Sociedade**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 91-120, fev. 2020. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/serifcomo-vencer-uma-eleicao-sem-sair-de-casa-serif-a-ascensao-do-populismo-digital-no-brasil/>. Acessado em: 28/04/2020.

CONJUR. Romero Jucá fala em acordo para deter "lava jato" que envolveria STF, diz jornal. **Consultoria Jurídica - Conjur**, 23 mai. 2016. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2016-mai-23/romero-juca-cita-stf-acordo-deter-lava-jato-jornal>. Acessado em: 14/06/2020.

CONGRESSO EM FOCO. "Rico capitaliza recursos, pobre consome tudo", diz Guedes. **Congresso em Foco**, 03 nov, 2019. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/economia/paulo-guedes-critica-servidor-publico-e-detalha-pacote-pos-reforma-da-previdencia/>. Acessado em: 11/06/2020.

CORRÊA, Maurício de Vargas; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 22, n.49, p. 1-18, maio/ago., 2017.

COUTO, Edvaldo Souza; et. al. Grindr e Scruff: amor e sexo na cibercultura. **SimSocial - Simpósio em Tecnologias Digitais e Sociabilidade**, Salvador- Ba, 10 e 11 de out. 2013. Disponível em: http://gitsufba.net/anais/wp-content/uploads/2013/09/13n1_grindr_49464.pdf. Acessado em: 21/01/2021.

DANTAS, Dimitrius; SCHMITT, Gustavo. Moro condena Lula a 9 anos e meio de prisão no caso do tríplices. **O Globo**, 12 jul. 2017. Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/brasil/moro-condena-lula-9-anos-meio-de-prisao-no-caso-do-triplex-21580819>. Acessado em: 15/04/2020.

DARIE, Marina. O que aconteceu no escândalo do Mensalão? **Politize!**, 22 ago. 2018. Disponível em: <https://www.politize.com.br/mensalao-o-que-aconteceu/>. Acessado em: 08/04/2021.

DAVIDSON, Neil. "Right-wing social movements: the political indeterminacy of mass mobilization". In: BARKER, Colin; COX, Laurence; KRINSKY, John; NILSEN, Gunvald (orgs.). **Marxism and social movements**. Leiden/Boston: Brill, 2013.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1976.

DHOLAKIA, Nikhilesh; ZHANG, Dong. Online qualitative research in the age of e commerce: data sources and approaches. **Forum: Qualitative Social Research**, v. 5, n. 2, p. 1-10, maio. 2004. Disponível em: https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=cba_facpub. Acesso em: 05/06/2020.

DIAS, Fernando Nogueira. O medo enquanto emoção social: contributos para uma sociologia das emoções. **Fórum Sociológico**, n.15/16, p.295-313, 2006.

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

_____. Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. **Matrizes**, v. 11, n. 1, p. 39-59, 2017. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/131620>. Acesso em: 04/11/2020.

DIJCK, José Van; et. al. Plataformização. **Fronteiras: estudos midiáticos**, v. 22 n. 1, p. 2-10, 2020. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/issue/view/817>. Acessado em: 04/11/2020.

DUPORTAIL, Judith. I asked *Tinder* for my data. It sent me 800 pages of my deepest, darkest secrets. **The Guardian**, 26 Sep. 2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2017/sep/26/Tinder-personal-data-dating-app-messages-hacked-sold>. Acessado em: 23/11/2020.

_____. **Amour sous algorithmes**. Paris - FR: Goutte d'or, 2019.

ELIAS, NORBERT. **O Processo Civilizador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

EL PAÍS. "A solução mais fácil era botar o Michel". Os principais trechos do áudio de Romero Jucá. **El País**, São Paulo, 24 mai. 2016. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/05/24/politica/1464058275_603687.html. Acessado em: 14/06/2020.

FERREIRA, Dôuglas Aparecido. Os estudos das representações sociais e suas contribuições para o entendimento das estratégias de interação no contexto das

organizações. In: XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, 2017, Belo Horizonte - MG. **Anais do XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. Belo Horizonte – MG, 2017, p. 01-14.

FERREIRA, Gil Baptista. Rostos do Facebook - a formação da identidade nas redes sociais. EXDRA: **Revista científica ESEC** - Comunicação e ciências empresariais, n. 09, p. 75-84, 2014.

FIGUEIREDO, Lígia Baruch de. **Tinderelas**: busca amorosa por meio de aplicativos para smartphones. 2016. 190 f. Tese (Doutorado em Psicologia Clínica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

FILHO, João. Bolsonaro pode não ter relação com a morte de Marielle, mas tem tudo a ver com os suspeitos. **The Intercept Brasil**, 03 nov. 2019. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/11/03/bolsonaro-escritorio-do-crime-marielle-queiroz-milicia/>. Acessado em: 17/05/2020.

_____. Garotada liberal do MBL em São Paulo abraça o bolsonarismo com filiação no Patriota. **The Intercept Brasil**, 09 fev. 2020. Disponível em: <https://theintercept.com/2020/02/09/mb-l-patriota-bolsonarismo/>. Acessado em: 08/05/2020.

FIRMINO, Gustavo Cassanta. Conservadorismo liberal e classes médias: uma análise do “Vem Pra Rua” e do “Movimento Brasil Livre”. In: X Seminário do Trabalho: trabalho, crise e políticas sociais na América Latina, 2016, Marília-SP. **Anais eletrônicos do X Seminário do Trabalho: trabalho, crise e políticas sociais na América Latina**. Marília-SP: UNESP, 2016. p. 1-17.

FREITAS, Hyndara. Juiz absolve Lula de dois crimes em ação que apura atuação da Odebrecht na Angola. **JOTA**, 27 jul. 2019. Disponível em: https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/justica/juiz-absolve-lula-de-dois-crimes-em-acao-que-apura-atuacao-da-odebrecht-na-angola-24072019. Acessado em: 15/04/2020.

FREUD, Sigmund. Psicologia de grupo e a análise do ego. In: FREUD, Sigmund. **Obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, [1921] 1976.

_____. **O mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1997.

G1. Ouça trechos dos diálogos entre Romero Jucá e Sérgio Machado. **G1**, Brasília, 23 mai. 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/05/leia-os-trechos-dos-dialogos-entre-romero-juca-e-sergio-machado.html>. Acessado em: 14/06/2020.

GEERTZ, Clifford. **Nova luz sobre a antropologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

GERMANO, Marcelo Gomes. Somente um protesto. In: SOUSA, Cidoval Moraes de; SOUZA, Arão de Azevedo (orgs). **Jornadas de Junho**: Repercussões e Leituras

[Livro eletrônico]. Campina Grande: EDUEPB, 2013. p. 92-97. Disponível em: <http://eduepb.uepb.edu.br/download/jornadas-de-junho-repercussoes-e-leituras/>. Acessado em: 03/04/2020.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade - sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

_____. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2002.

GIRARDET, Raoul. **Mitos e mitologias políticas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GIRELLI, Luciana Silvestre. Discursos contra Lula e o PT: expressões do ódio no cenário político brasileiro no pré-impeachment de Dilma Rousseff. **Revista Idealogando**, v. 2, n. 2, p. 27-47, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/idealogando/article/view/237727/Girelli>. Acessado em: 09/04/2020.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. 2ª ed., Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **Comportamento em lugares públicos**: notas sobre a organização social dos ajuntamentos. Petrópolis: Vozes, 2010

_____. **Ritual de interação**: ensaios sobre o comportamento face a face. Petrópolis: Vozes, 2011.

_____. **Os quadros da experiência social**: uma perspectiva de análise. Petrópolis: Vozes, 2012.

GOMES, José, Jairo. Direito Político. **Revista Brasileira de Estudos Políticos**, Belo Horizonte, n. 100, p. 103-130, jan./jun. 2010.

GOMES, Karine do Prado Ferreira. **Comunicação e resistência na cibercultura**: movimentos net-ativistas e as controvérsias do Movimento Brasil Livre. 2017. 210 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Informação e comunicação (FIC), Goiânia, 2017.

GREENWALD, Glenn; *et. al.* Novo Abalo Político no Brasil: é Hora da Mídia Começar a Dizer “Golpe”? **The Intercept Brasil**, 23 mai. 2016. Disponível em: <https://theintercept.com/2016/05/23/novo-abalo-politico-no-brasil-e-hora-da-midia-comecar-a-dizer-golpe/>. Acessado em: 07/07/2020.

GREENWALD, Glenn; POUGY, Victor. Deltan Dallagnol, em chats secretos, sugeriu que Sergio Moro protegeria Flávio Bolsonaro para não desagradar ao presidente e não perder indicação ao STF. **The Intercept Brasil**, 21 jul. 2019. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/07/21/deltan-dallagnol-sergio-moro-flavio-bolsonaro-queiroz/>. Acessado em: 07/07/2020.

GREENWALD, Glenn; *et. al.* Leia todas as reportagens que o Intercept e parceiros produziram para a vaza jato. **The Intercept Brasil**, 20 jan. 2020. Disponível em: <https://theintercept.com/2020/01/20/linha-do-tempo-vaza-jato/>. Acessado em: 14/04/2020.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

HERMIDA, Xosé. Grupos direitistas difundem 'fake news' para criticar combate do Facebook às 'fake news'. **El País**, São Paulo, 19, mai. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/18/actualidad/1526600912_648575.html. Acessado em: 15/04/2020.

JABS EGER, Talita. **Dinheiro e moralidade no Bolsa Família**: uma perspectiva etnográfica. 2013. 210 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/81383/000901852.pdf?sequence=1>. Acessado em: 08/04/2021.

JINKINGS, Ivana; *et. al.* (Orgs.). **Por que gritamos Golpe?** Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. São Paulo: Ed. Boitempo, 2016.

JOÃO FILHO. Quem equipara Lula a Bolsonaro está mentindo, não opinando. **The Intercept Brasil**, 14 mar. 2021. Disponível em: <https://theintercept.com/2021/03/14/lula-bolsonaro-equipara-polarizacao/>. Acessado em: 27/04/2021.

JUNQUEIRA DA SILVA, Vevila. **O escândalo do mensalão em revistas semanais**: uma análise de enquadramento. 2008. 141 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2008. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/89482/silva_vj_me_bauru.pdf?sequence=1. Acessado em: 08/04/2021.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

KALIL, Isabela Oliveira. Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro. **Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo**, out. 2018. Disponível em: <https://www.fespsp.org.br/upload/usersfiles/2018/Relat%C3%B3rio%20para%20Site%20FESPSP.pdf>. Acessado em: 01/05/2020.

KAWAUCHI, Mary. **O Programa Bolsa Família e percepções de não beneficiários**: um estudo sobre o efeito preconceito. 2019. 205 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Sociedade e Cooperação Internacional) – Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/35688/1/2019_MaryKawauchi.pdf. Acessado em: 08/04/2021.

KOZINETTS, Robert. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. **Advances in Consumer Research**. v. 25, p. 366-371, 1998.

_____. **Netnografia**: a arma secreta dos profissionais de marketing - Como o conhecimento das mídias sociais gera inovação. 2010. Disponível em: <http://bravdesign.com.br/wpcontent/uploads/2012/07/netnografia_portugues.pdf>. Acesso em: 6 de março de 2020.

_____. **Netnografia**: Realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LANKSHEAR, Colin; et. al. Pesquisa de práticas na Internet. In: SOMEKH, Bridget; LEWIN, Cathy (orgs). **Teoria e método de pesquisa social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015. p. 202-211.

LEAL-TOLEDO, Gustavo. Em busca de uma fundamentação para a memética. **Trans/Form/Ação**, Marília, v. 36, n. 1, p. 187-210, Jan./Abril, 2013.

LEITÃO, Matheus. Lula é absolvido no processo de obstrução de Justiça; Câmara do Rio rejeita processo contra Crivella. **G1**, 13jul. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/matheus-leitao/post/2018/07/13/lula-e-absolvido-no-processo-de-obstrucao-de-justica-camara-do-rio-rejeita-processo-contr-crivella-jornais-de-sexta-13.ghtml>. Acessado em: 15/04/2020.

LEITÃO, Rui. O gigante quis apenas dar um susto? In: SOUSA, Cidoval Moraes de; SOUZA, Arão de Azevedo (orgs). **Jornadas de Junho**: Repercussões e Leituras [Livro eletrônico]. Campina Grande: EDUEPB, 2013. p. 50-52. Disponível em: <http://eduepb.uepb.edu.br/download/jornadas-de-junho-repercussoes-e-leituras/>. Acessado em: 03/04/2020.

LEMOS, André. (Org.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 3ª ed., 2010.

_____. **O que é o virtual**. São Paulo: Editora 34, 2ª ed., 2011.

LIGA DA JUSTIÇA - Snyder Cut. Direção de Zack Snyder. DC Films e Warner Bros. Pictures. Distribuição Internacional: HBO Max, 2021. Serviço de Streaming HBO Max (4h 02min).

LINNE, Joaquín; LOPES, Paula Fernández. En búsqueda del match perfecto. Perfiles, experiencias y expectativas socioafectivas de jóvenes en torno a *Tinder*. **Última Década**, N°51, JULIO 2019, PP. 96-122.

LLORENTE, José Antonio (Org.). **A Era da Pós-Verdade**: realidade versus percepção. Cambuci - SP: Matavelli Gráfica e Editora, 2017.

LOPES, Pedro; SEGALLA, Vinícius. Áudios mostram que partidos financiaram MBL em atos pró-*impeachment*. **Uol Notícias**, 27 mai. 2016. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/05/27/maquina-de-partidos-foi-utilizada-em-atos-pro-impeachment-diz-lider-do-mbl.htm>. Acessado em: 10/04/2020.

LUCENA, Marcela Zamboni. “**Quem acreditou no amor, no sorriso, na flor**”: A confiança nas relações amorosas. 2009. 256f. Tese (Doutorado em Sociologia) - CFCH, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

LURIA, A. R. **Pensamento e linguagem**. Porto Alegre: Artmed, 1987.

MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 15, ago., 2001, p. 74-82

MALINI, Fábio. Um método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologias e temporalidades em rede. In: **XXV Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Goiás**, 2016, Goiânia. Anais da Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2016. p. 1-30.

MALINI, Fabio; et. al. O sentimento político em redes sociais: *big data*, algoritmos e as emoções nos *tweets* sobre o *impeachment* de Dilma Rousseff. **Revista Liinc**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, nov., 2017, p. 323-343. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4089/3400>. Acessado em: 12/04/2020.

MARCONDES FILHO, Ciro. O Enigma da Comunicação. In: _____. **O Espelho e a Máscara**. Discurso Editorial, 2002. p. 09-14.

MELO, Lafayette Batista. Quando o gigante acorda, vai pra rua e sai do *Facebook*: frases em movimento. **Cadernos de estudos linguísticos**, Campinas, v. 56, n. 2, p. 311-330, jun.-dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cel/article/view/8641481/8998>. Acessado em: 06/04/2020.

MIGUEL, Luís Felipe; COUTINHO, Aline de Almeida. A crise e suas fronteiras: oito meses de “mensalão” nos editoriais dos jornais. **Opinião Pública**, Campinas, v. 13, n. 1, jun., 2007, p.97-123. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/op/v13n1/v13n1a04.pdf>. Acessado em: 08/04/2021.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia on e *off-line*: Cibercafés em Trinidad. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 10, n. 21, jan./jun. 2004, p. 41-65.

MISKOLCI, Richard. San Francisco e a nova economia do desejo. **Lua Nova**, São Paulo, n. 91, p. 269-295, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ln/n91/n91a10.pdf>. Acessado em: 30/09/2020.

_____. Sociologia Digital: Notas sobre pesquisa na era da conectividade. **Contemporânea**, Salvador, v. 6, n. 2 p. 275-297 jul.-dez. 2016. Disponível em: <http://doi.editoracubo.com.br/10.4322/2316-1329.014>. Acessado em: 30/09/2020.

MORAES, Thiago Perez Bernardes. QUADROS, Doacir Gonçalves. A crise do Governo Dilma Rousseff em 140 caracteres no *Twitter*: do *#impeachment* ao *#foradilma*. **Em Debate**, Belo Horizonte, v.8, n. 1, p. 14-21, mar. 2016. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/3290>. Acessado em: 12/04/2020.

MOREIRA, Orlandil de Lima; SANTIAGO, Idalina Maria Freitas Lima. Vem pra rua: os protestos de junho. In: SOUSA, Cidoval Moraes de; SOUZA, Arão de Azevedo (orgs). **Jornadas de Junho: Repercussões e Leituras** [Livro eletrônico]. Campina Grande: EDUEPB, 2013. p. 13-21. Disponível em: <http://eduepb.uepb.edu.br/download/jornadas-de-junho-repercussoes-e-leituras/>. Acessado em: 03/04/2020.

MOURA, Júlia Frank de; YAMAMOTO, Eduardo Yuji. A criação de uma comunidade imaginada e o verdeamarelismo: análise do discurso do ideal de Brasil e de liberdade do Movimento Brasil Livre. In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2016, Curitiba. **Anais eletrônicos Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Curitiba, 2016. p. 01-12.

MUNRO, Ealasaid. Feminism: A fourth wave?. **Political Studies Association**, Londres, set. 2013. Disponível em: <https://www.psa.ac.uk/insight-plus/feminism-fourth-wave>. Acessado em: 07/09/2020.

NEMER, David. The three types of WhatsApp users getting Brazil's Jair Bolsonaro elected. **The Guardian**, 25 out 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2018/oct/25/brazil-president-jair-bolsonaro-whatsapp-fake-news>. Acessado em: 28/04/2020.

_____. A radicalização invisível da direita brasileira no *Whatsapp*. **Huffpostbrasil**, 20 ago 2019. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/entry/whatsapp-bolsonaro_br_5d5b5487e4b0d1e11366e0a9. Acessado em: 28/04/2020.

NEVEU, Érik. **Sociologie du Journalisme**. Paris: La Découverte, 2001.

NOGUEIRA, Silvia Garcia. A geração 2.0 “faz a hora”, vai às ruas e sacode o país. In: SOUSA, Cidoval Moraes de; SOUZA, Arão de Azevedo (orgs). **Jornadas de Junho: Repercussões e Leituras** [Livro eletrônico]. Campina Grande: EDUEPB, 2013. p. 28-31. Disponível em: <http://eduepb.uepb.edu.br/download/jornadas-de-junho-repercussoes-e-leituras/>. Acessado em: 03/04/2020.

NOVAES DE SENNE, Fábio José. **Enquadrando a política sob a ótica do escândalo**: Uma análise da cobertura de três escândalos políticos midiáticos, a partir da perspectiva do enquadramento. 2009. 138 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

NOVELI, Marcio. Do *off-line* para *online*: a netnografia como um método de pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a etnografia para a *Internet*? **Organizações em contexto**, v. 6, n. 12, p.107-133, jul. - dez. 2010.

NUNES, Gislaine Silveira. **Disseminação do ódio nas redes sociais**: Análise dos comentários nas páginas do Movimento Brasil Livre e Revoltados Online. 2015. 71 f.

Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

OLIVEIRA, Ana Larissa Adorno Marciotto; CARNEIRO, Marisa Mendonça. #Caguei: Agressividade no twitter. **(Con)textos linguísticos**, v.12, n. 22, p. 7-20, 2018.

_____. #Elesim, #Elenão, #Elasim, #Elanão: o *Twitter* e as *hashtags* de amor e de ódio na campanha presidencial brasileira de 2018. **Linguagem em (Dis)curso** – LemD, Tubarão, SC, v. 20, n. 1, p. 33-49, jan./abr. 2020

OLIVEIRA, Cecília. As ligações dos Bolsonaro com as milícias. **The Intercept Brasil**, 22 jan. 2019. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/01/22/bolsonaros-milicias/>. Acessado em: 23/04/2020.

OLIVEIRA, Hebe Maria Gonçalves de. Retrato das manifestações de rua no processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff: a construção da opinião pública pela mídia privada brasileira. **Revista Pauta Geral**, v. 3, n. 2, p. 83-96, jun.-dez., 2016. Disponível em: <https://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/9369/5375>. Acessado em: 11/04/2020.

OLIVEIRA, Joana. Um milhão de mulheres contra Bolsonaro: a rejeição toma forma nas redes. **El País**, São Paulo, 12 set. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/12/actualidad/1536768048_321164.html. Acessado em: 14/05/2020.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica**: um manual para a realização de pesquisas em administração. Catalão - GO: Editora UFG, 2011.

OTT, B. The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. **Critical Studies in Media Communication**, v. 34, n.1, p. 59-68, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/311892973_The_age_of_Twitter_Donald_J_Trump_and_the_politics_of_debasement. Acessado em: 05/09/2020.

PAULINO, Simone Campos; PAULINO, Silvia Campos. #EeNão: reflexões sobre ciberativismo feminista no Brasil nas eleições presidenciais de 2018. **Revista Acadêmica Magistro**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 19, 2019. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/magistro/article/view/5528/2976>. Acessado em: 07/09/2020.

PAVANELI, Aline; et. al. Lula é condenado a 12 anos e 11 meses de prisão por corrupção e lavagem de dinheiro em ação da Lava Jato sobre sítio de Atibaia. **G1**, 06 fev. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2019/02/06/lula-e-condenado-em-acao-da-lava-jato-sobre-sitio-de-atibaia.ghtml>. Acessado em: 15/04/2020.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; LERNER, Celina. A direita na rede: Mobilização *online* no *impeachment* de Dilma Rousseff. **Debate**, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p. 12-24, abr., 2018. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4823>. Acessado em: 12/04/2020.

PEREIRA, Cláudia. “*Imagine Yourself Set Down ... In Front Of Your Pc*”: A etnografia e o desafio metodológico da netnografia. **Avá - Revista de Antropología**, Misiones, Argentina, n. 6, p. 1-21, 2005. Disponível em: [Disponível em: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169021465009](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=169021465009). Acessado em: 09/03/2020.

POPPER, Karl Raimund. **A sociedade aberta e seus inimigos**. Belo Horizonte: Editora Itatiaia; São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1974.

RAHME, Monica Maria Farid. **Laço social e educação: um estudo sobre os efeitos do encontro com o outro no contexto escolar**. 2010. 452 f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-17012011-143132/pt-br.php>. Acessado em: 06/07/2020.

RAMALHO, Sérgio. “Pica do tamanho de um cometa”: Rachadinha de Flávio Bolsonaro financiou prédios ilegais da milícia no Rio, mostra investigação do MP. **The Intercept Brasil**, 25 abr. 2020. Disponível em: <https://theintercept.com/2020/04/25/flavio-bolsonaro-rachadinha-financiou-milicia/>. Acessado em: 17/05/2020.

RANZINI, Giulia; LUTZ, Christoph. Love at first swipe? Explaining *Tinder* self-presentation and motive. **Mobile Media & Communication**, v. 5, n. 1, 2017, 80-101. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2050157916664559>. Acessado em: 23/11/2020.

RECUERO, Raquel; et. al. O discurso dos #ProtestosBR: análise de conteúdo do *Twitter*. **Galáxia**, São Paulo, n.28, p. 199-216, dez. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014217911>. Acessado em: 07/04/2020.

REZENDE, Claudia Barcellos. **Os significados da amizade**: duas visões de pessoa e sociedade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

REZENDE, Claudia Barcellos; COELHO, Maria Cláudia. **Antropologia das emoções**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

REZENDE, Nathalia; NICOLAU, Marcos. Hashtags na publicidade: a relação do #Vempruarua #Ogiganteacordou com as manifestações de junho/julho no Brasil. **Revista Temática**, João Pessoa, v. 10, n. 5, p. 219-227, maio, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/19249/10645>. Acessado em: 07/04/2020.

RIZZOTO; et. al. #EleNão - conversação política em rede e trama discursiva do movimento contra Bolsonaro no *Twitter*. In: **XXVIII Encontro Anual da Compós, Universidade Católica do Rio Grande do Sul**, 2019, Porto Alegre. Anais da Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2019. p. 1-25.

ROCHA, Camila. “Imposto é Roubo!”: A formação de um contrapúblico ultraliberal e os protestos pró-*impeachment* de Dilma Rousseff. **DADOS**, Rio de Janeiro, v. 62, n. 3, p. 1-42, 2019. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/dados/v62n3/0011-5258-dados-62-3-e20190076.pdf>. Disponível em: 12/04/2020.

ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **E-compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília/DF, v. 4, p.1-22, dez. 2005. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/55/55>. Acessado em: 11/03/2020.

RODAS, Sérgio. Plenário do STF declara incompetência de Curitiba para julgar Lula. **Conjur**, 15 abr. 2021. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-abr-15/stf-forma-maioria-declarar-incompetencia-curitiba-julgar-lula>. Acessado em: 27/04/2021.

RODRIGUES, Adriana Alves. Redes sociais e manifestações: mediação e reconfiguração na esfera pública. SOUSA, Cidoval Moraes de; SOUZA, Arão de Azevedo (orgs). **Jornadas de Junho**: Repercussões e Leituras [Livro eletrônico]. Campina Grande: EDUEPB, 2013. p. 32-39. Disponível em: <http://eduepb.uepb.edu.br/download/jornadas-de-junho-repercussoes-e-leituras/>. Acessado em: 03/04/2020.

ROSSI, Amanda; et. al. #EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos. **BBC News Brasil**, 30 set. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acessado em: 14/05/2020.

RÜDIGER, Francisco Ricardo. **Introdução às teorias da Cibercultura**: perspectiva do pensamento tecnológico contemporâneo. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

RUEDIGER, Marco Aurélio. **Robôs, redes sociais e política no Brasil**: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2017.

RUEDIGER, Marco Aurélio; GRASSI, Amaro (orgs). **Desinformação na era digital**: ampliações e panorama das eleições 2018. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2018.

_____. **Redes sociais nas eleições 2018**. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2018a.

SANTOS, João Guilherme Bastos dos; et. al. WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018. **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 41, n. 2, p. 307-334, mai.-ago., 2019.

SANTOS, Thaiza de Carvalhos dos. VIEIRA, Viviane Cristina. Representações do Presidenta Dilma Rouseff pelo “Movimento Brasil Livre”. **Discurso e Sociedad**, Barcelona, v. 10, n. 4, p. 588-609, 2016. Disponível em: [http://www.dissoc.org/ediciones/v10n04/DS10\(4\)Carvalho&Vieira.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v10n04/DS10(4)Carvalho&Vieira.pdf). Acessado em: 10/04/2020.

SCHWENGBER, Maria Simone Vione; PINHEIRO, Naira Leticia Giongo Mendes. Movimento #EleNão: reconhecimento e afirmação do ato de fala das mulheres na política. **Revista do centro de educação da UFSM**, Santa Maria, v. 45, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reeducacao/article/view/36458/pdf>. Acessado em: 07/09/2020.

SÊGA, Christina Pedrazza. **Sociedade e Interação: um estudo das diferentes formas de interagir**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2011.

SILVA, Emanuel Freitas da. Os direitos humanos no “bolsonarismo”: “descriminalização de bandidos” e “punição de policiais”. **Conhecer: debate entre o público e o privado**, Fortaleza, v. 9, n. 22, p. 133-153, 2019. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/revistaconhecer/article/view/1026>. Acessado em: 05/05/2020.

SILVA, Guimarães Cirino da. **O bolsonarismo na esfera pública**: uma análise foucautiana sobre os conceitos de pós-verdade, *Fake News* e discurso de ódio presentes nas falas de Bolsonaro. 2020. 231 f. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Manaus, 2020. Disponível em: <https://tede.ufam.edu.br/handle/tede/7664>. Acessado em: 05/05/2020.

SILVA JÚNIOR, Nelson Aleixo da. Junho 2013: a juventude nas ruas pra balançar as estruturas. In: SOUSA, Cidoval Moraes de; SOUZA, Arão de Azevedo (orgs). **Jornadas de Junho**: Repercussões e Leituras [Livro eletrônico]. Campina Grande: EDUEPB, 2013. p. 98-106.
Disponível em: <http://eduepb.uepb.edu.br/download/jornadas-de-junho-repercussoes-e-leituras/>. Acessado em: 03/04/2020.

SIMMEL, George. **The Philosophy of Money**. London: Routledge and Kegan Paul, 1990.

_____. **Fidelidade e gratidão e outros textos**. Lisboa, Relógio d'água, 2004.

_____. **A sociologia do segredo e das sociedades secretas**. Revista de Ciências Humanas, Florianópolis, EDUFSC, v. 43, n. 1, p. 219-242, abril de 2009.

SINGER, André. Brasil, junho de 2013. Classes e ideologias cruzadas. **Novos Estudos**, CEBRAP, São Paulo, n. 97, p. 23-40, nov. 2013.

SOUZA, Carlos Alberto de; MORALES, Ofélia Elisa Torres. A cobertura do “Vem Pra Rua” pelas revistas nacionais em 2013: uma análise das capas. **Revista de estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 17, n. 42, p. 23-41, jan.-abr., 2016.

STANLEY, Jason. **Como funciona o fascismo**: a política do “nós” e “eles”. Porto Alegre - RS: L&PM, 2018.

STIEGLITZ, Stefan; DANG-XUAN, Linh. Emotions and information diffusion in social media - sentiment of microblogs and sharing behavior. **Journal of Management Information Systems**, v. 29, n. 4, p. 217-247, 2013. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/311892973> The age of Twitter Donald J Trump and the politics of debasement. Acessado em: 07/09/2020.

TARDÁGUILA, Cristina; et. al. Fake news is poisoning Brazilian politics. WhatsApp can stop it. **The New York Times**, 17 out. 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/10/17/opinion/brazil-election-fake-news-whatsapp.html>. Acessado em: 28/04/2020.

TEIXEIRA, Matheus et al. Supremo mantém decisão de Fachin e deixa Lula apto para disputar eleição de 2022. **Folha de São Paulo**, 15 abr. 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/04/supremo-forma-maioria-para-manter-decisao-de-fachin-e-deixar-lula-pto-para-disputar-eleicao-de-2022.shtml>. Acessado em: 27/04/2021.

THEIS, Ivo Marcos. A primavera brasileira: em pleno outono?. In: SOUSA, Cidoval Moraes de; SOUZA, Arão de Azevedo (orgs). **Jornadas de Junho**: Repercussões e Leituras [Livro eletrônico]. Campina Grande: EDUEPB, 2013. p. 54-61. Disponível em: <http://eduepb.uepb.edu.br/download/jornadas-de-junho-repercussoes-e-leituras/>. Acessado em: 03/04/2020.

THOMAZ, Danilo. Lava Jato: Lula livre, Moro suspeito e a operação que abalou o país. **Guia do Estudante**, 19 abr. 2021. Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/atualidades/lava-jato-lula-livre-moro-suspeito-e-a-operacao-que-abalou-o-pais/>. Acessado em: 27/04/2021.

TOLEDO, José Roberto de. Aeroporto ou rodoviária? **Uma (in)certa antropologia**, São Paulo, 10 fev. 2014. Disponível em: <https://umaincertaantropologia.org/2014/02/10/sobre-o-caso-do-mr-rodoviaria/>; Acessado em: 02/04/2020.

TORRES, Damiana. A importância dos direitos políticos. **Revista Eletrônica EJE/Tribunal Superior Eleitoral**, Brasília, v. 1. n. 1, p. 26-26, fev.-mar. 2014. Disponível em: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-revista-eletronica-eje-n-2-ano-iv-fevereiro-marco-2014>. Acessado em: 07/07/2020.

TORRES, Livia. Advogado ironizado por professora no Rio pensou que fosse 'gozação'. **G1**, Rio de Janeiro, 10 fev. 2014a. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/advogado-ironizado-por-professora-no-rio-pensou-que-fose-gozacao.html>. Acessado em 02/04/2020.

VALENTE, Rubens. Em diálogos gravados, Jucá fala em pacto para deter avanço da Lava Jato. **Folha de São Paulo**, 23 mai. 2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/05/1774018-em-dialogos-gravados-juca-fala-em-pacto-para-deter-avanco-da-lava-jato.shtml>. Acessado em: 14/06/2020.

VERMELHO, Sônia Cristina; et. al. Refletindo sobre as redes sociais digitais. **Educação & Sociedade**, v. 35, n. 126, p. 179-196, jan.-mar. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/es/v35n126/11.pdf>. Acessado em: 06/07/2020.

VINGADORES: Guerra Infinita. Direção de Joe Russo, Anthony Russo. Marvel Studios e Walt Disney Pictures, 2018. DVD (2h 40m).

VINGADORES: Ultimato! Direção de Joe Russo, Anthony Russo. Marvel Studios e Walt Disney Pictures, 2019. DVD (3h 2m).

VYGOTSKY, Lev Semyonovich. **Pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

_____. **A formação social da mente**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

WAINBERG, Jacques Alkalai. Mensagens *fakes*, as emoções coletivas e as teorias conspiratórias. **Galaxia**, São Paulo, n. 39, set-dez., 2018, p. 150-164. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-255434446>. Acessado em 15/09/2020.

WAINBERG, Jacques Alkalai; MÜLLER, Angelo Arlindo Carnieletto. Eleições 2.0: Ódio nas redes durante a campanha presidencial de 2014. **Conexão - Comunicação e Cultura**, v. 16, n. 31, p. 43-71, 2017. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/4636/3030>. Acessado em: 12/04/2020.

WARDLE, Claire. DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

XAVIER, Aracely; et. al. **Aprovação social na ponta dos dedos**: representação do eu e gerenciamento de impressões no *Tinder*. IX Simpósio Nacional ABCiber - Ciberultura, democracia e liberdade no Brasil. PUC, São Paulo, 2016.