

A Gramática do Armário:

notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas
mediadas digitalmente

Richard Miskolc

Como citar: MISKOLC, RICHARD. A Gramática do Armário: notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas mediadas digitalmente. In: PELÚCIO, L.; SOUZA, L. A. F. de; MAGALHÃES, B. R. de; SABATINE, T. T. (org.). **Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia.** Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2020. p. 52-52.

DOI: <https://doi.org/10.36311/2012.978-85-7983-279-6>. p. 52-52



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Sin derivados 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0).

A Gramática do Armário: notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas mediadas digitalmente¹

Richard Miskolci

INTRODUÇÃO

As relações pessoais na era digital

O uso contemporâneo das mídias digitais é o capítulo mais recente de uma longa história de dessacralização das relações pessoais, ou seja, do borramento das fronteiras entre o privado e o público que começou, provavelmente, com a popularização do uso do telefone na segunda metade do século XX. Num processo inicialmente paralelo, também se desenvolveram os computadores pessoais na década de 1980. Essas invenções tecnológicas se disseminaram e se aproximaram, na década seguinte, por meio da articulação telefone e computador pessoal que tornou possível a expansão e o uso comercial da internet a partir do final da década de 1990. Não tardou para que, no início do século XXI, o uso de celulares, dos computadores portáteis e da internet convergissem na experiência já cotidiana da mobilidade de acesso às mídias digitais.

As relações mediadas digitalmente, portanto, são um fenômeno recente, mas que conquistou adesão rápida e massiva sem deixar também de suscitar temores como o de conhecer, ou pior, envolver-se com alguém perigoso. Manchetes sobre crimes digitais, vazamento de e-mails, fotos e dados pessoais, às vezes, ainda se somam a casos de sequestro e morte. Haveria algo intrínseco às novas mídias digitais, um espaço novo e com regras próprias que precisaríamos aprender a explorar para sentir segurança em seu uso?

Inicialmente, na primeira onda de estudos sobre as relações mediadas digitalmente, predominou um compreensível fascínio pelo que muitos chamaram de cyberspaço, termo que – de forma geral – aludia a uma nova fronteira para a comunicação e o conhecimento humano alocada fora da esfera já existente e conhecida. O espaço cyber seria um local regido por demandas e leis próprias, nas quais as subjetividades poderiam experimentar e se reinventar. De certa maneira, seria

1 Este artigo apresenta resultados parciais de minha pesquisa “Desejos em Rede: uma etnografia sobre as formas contemporâneas do armário em relações homoeróticas masculinas criadas online” financiada pelo CNPq por meio de bolsa Produtividade em Pesquisa.

uma esfera virtual, distinta quando não oposta ao real, este circunscrito ao mundo concreto das relações pessoais tradicionais.²

Um olhar mais atento permite considerar o cyberspaço um mito assim como sua característica oposição virtual-real derivada de um desconhecimento da dinâmica das relações humanas mediadas pela tecnologia, as quais se dão dentro de uma dinâmica articulada e interdependente. Nancy Baym (2010) explica a origem do mito do cyberspaço como produto de uma perspectiva incapaz de perceber que o on-line sempre foi usado para facilitar o contato off-line, portanto como parte de um mesmo processo de comunicação e não a invenção de um mundo ou dimensão comunicativa à parte, o que o uso do termo “virtual” definia em um contraste duvidoso com a realidade, circunscrita ao que é vivido sem mediação digital.

Hoje em dia, é quase impossível compreender nossas relações sem mediação tecnológica, pois vivemos em uma cultura digitalizada, sempre presente, já que nos comunicamos por elas, vivemos em referência aos seus conteúdos e aprendemos a fruir um grande prazer na inédita experiência da comunicação com várias pessoas ao mesmo tempo, ou seja, na participação em redes que constituem uma espécie contemporânea de comunidades, o que alguns, como o sociólogo Ray Oldenberg, afirmam serem as versões atuais dos antigos cafés, centros comunitários ou salões de cabelereiro (BAYM, 2010, p. 76). Essas redes são uma espécie de ponte de sociabilidade entre o trabalho e o lar, daí trazerem a sensação de conforto e comodidade.

A discussão sobre se a internet constitui um lugar é polêmica. Referimo-nos a *sites* (sítios, portanto locais) devido à nossa necessidade de localização na esfera da comunicação digital, o que se expande para a associação entre eles e locais criando um paralelo que pode se revelar enganoso entre rede e local. A tese de que a internet seria a versão contemporânea de centros comunitários ou cafés se fragiliza diante de seu funcionamento seletivo e em rede. Em locais não temos controle sobre os vizinhos e somos obrigados a interagir com pessoas que não escolhemos, mas nas mídias digitais constituímos redes baseadas em critérios de seleção personalizados assim como “bloqueamos” ou “deletamos” sujeitos com os quais não queremos (mais) contato. Assim, as relações mediadas constituiriam em si mesmas uma zona de conforto nova, com critérios próprios e muito distintos dos que regiam as experiências em grupo ou comunitárias não-mediadas.

2 O termo cyberspaço foi criado por William Gibson em seu livro de ficção científica intitulado *Neuromancer* (1984) e popularizado na década seguinte, em especial a partir da obra de Pierre Lévy, um filósofo que escreveu diversos livros e artigos sobre tecnologia da informação.

Em outras palavras, uma das novidades das relações mediadas digitalmente é a criação de sociabilidades moldadas pela experiência de constituição de redes por meio da busca e seleção de contatos de forma impensáveis para gerações anteriores. Assim, o antigo território definidor das comunidades do passado passa a ser substituído pelos valores e códigos culturais que criam e delimitam as redes nas quais nos inserimos. Mesmo que muitos, talvez até a maioria, ainda se refiram à internet e aos aplicativos de celular como “lugares”, talvez seja mais profícuo – em termos analíticos – pensá-los como “contextos culturais” devido à sua existência mais autônoma em relação ao território (HINE, 2009, p. 7).

A partir da compreensão dessa nova realidade de nossas vidas em rede, não é de se estranhar que um número crescente de pessoas tenha passado a buscar parceiros amorosos ou sexuais online. Há várias razões para isso, como a certeza de que em um site de busca de parceiros todos procuram alguém, o que atrai quem prefere evitar incertezas sobre as intenções de pessoas no cotidiano. Um segundo atrativo da busca online está na praticidade, a qual se desdobra na comodidade de poder paquerar de casa ou do trabalho, a qualquer hora. Mas, provavelmente, o maior atrativo reside na possibilidade de entreter “paqueras” múltiplas e simultâneas ampliando suas probabilidades de encontrar alguém sem se expor da mesma forma que na vida offline. Afinal, em um site, se alguém não te dá atenção, você pode partir para o/a seguinte enquanto em uma festa ou boate, por exemplo, isto pode atrair olhares reprovadores e até mesmo a recusa do novo paquera.

Plataformas como sites de relacionamento ou bate-papos permitem não apenas superar as dúvidas sobre se o interlocutor busca ou não parceiros, algo ressaltado principalmente por mulheres heterossexuais, mas também auxiliam, no caso de quem busca parceiros do mesmo sexo, a ter a certeza de que naquele espaço todos/as serão receptivos aos seus desejos. Nesse aspecto, estes sites são um verdadeiro radar e, não por acaso, Gaydar é a expressão inglesa usada para batizar o mais bem-sucedido e antigo site de busca de parceiros do Reino Unido. Para mulheres, estes sites tornam aceitável sua busca de parceiros e, para homens gays, lhes dá uma sensação nova de normalidade na paquera. Se para homens heterossexuais esses sites parecem apenas expandir as possibilidades de busca de parceiras, para mulheres e homossexuais eles representam a criação de um espaço realmente inédito para a expressão de seus desejos, vivenciar a experiência prazerosa em si mesma de ser desejado e cortejado e constituir relações de uma forma aparentemente muito mais fácil do que antes.

Mas o que rege esta nova esfera amorosa e sexual em rede? No geral, a busca online de parceiros é marcada pelas mesmas expectativas e demandas que mar-

cam estas relações no cotidiano offline, por isso a possibilidade de comunicar-se com outro sem dividir o mesmo espaço não eliminou nossa necessidade de situá-lo nele, o que explica o predomínio do caráter geograficamente circunscrito dessas interações. Desde o advento do telefone celular a principal questão passou a ser “onde você está?” e isso não mudou na era das redes sociais, dos chats e sites de busca de parceiros. Posicionar o outro e a si mesmo no mundo é questão-chave para iniciar e aprofundar um contato, pois tendemos a buscar interação com pessoas que podemos conhecer face a face (BAYM, 2010, p. 102).

As mídias digitais trouxeram algumas novidades na esfera amorosa como a possibilidade de visualizar, pela primeira vez, o universo de parceiros em potencial, ampliá-los numericamente e, sobretudo, essas mídias também acenam – por meio dos mecanismos de busca – com a possibilidade de escolher como nunca antes.³ Em uma era obcecada com a corporalidade, basta observar um destes sites e ler alguns perfis para constatar a centralidade do corpo nas interações. A começar pelas descrições literalmente numéricas e precisas apresentadas, passando pelas fotos e o uso da câmera ou ainda pelos formulários dos mecanismos de busca que permitem escolher quase tudo do possível parceiro: idade, altura, peso, cor de pele, cabelos, olhos, grau de pilosidade e, nos sites para um público apenas masculino, até tamanho do órgão genital.

No caso de homens que buscam parceiros do mesmo sexo, um critério de “fita métrica” se torna um filtro de seleção impensável nas relações offline. Os perfis de busca de parceiros com frases como: “não respondo a ninguém com menos de 1,80m”, “nem entre em contato se não for malhado” ou “ignoro mensagens de caras com mais de 25 anos” deixam claro que as interações online, ao menos entre esses homens, tendem a ser muito mais regidas por padrões corporais do que as offline. Em uma festa, alguém pode despertar atração em outra pessoa apesar de não ser alto ou malhado, o que tende a ser mais difícil em uma interação digital, constantemente marcada por filtros e avaliações padronizadas. Isto é incentivado por componentes dos sites e aplicativos, a começar pelos formulários detalhados no preenchimento de perfis, pelos mecanismos de busca disponibilizados por eles ou ainda pelos filtros que alertam alguém sobre a existência de perfis que atendem suas demandas ou até mesmo determinam quem poderá entrar em contato com ele ou ela.

Esta demanda de corporalidade claramente frívola pode ter tido origem me-

3 Eva Illouz (2006) enfatiza esse aspecto da “escolha” na experiência online, o qual, em sua visão, insere de forma inédita as vidas amorosas ou sexuais no universo do consumo.

nos superficial, no fato de que sem imagem ou som as pessoas não confiam em seus interlocutores, o que o avanço das plataformas e programas buscou solucionar passando do texto puro, em meados da década de 1990, para a incorporação de fotos até chegar ao vídeo em tempo real com som, cerca de dez anos depois. Várias pesquisas indicam que trocar fotos, conhecer-se pela câmera, mas, principalmente, falar ao telefone, aumenta as chances de se encontrar pessoalmente. Segundo investigação de Mckenna et al., de 2002, 62% das pessoas que se conheciam online falaram também ao telefone, 56% trocaram fotos e 54% se encontraram pessoalmente (BAYM, 2010, p. 129). Se atualizarmos isto para o contexto tecnológico presente, provavelmente estas porcentagens saltaram. Curiosamente, o mesmo tipo de contato que aumenta a confiança para um encontro face a face, a conversa telefônica, também é um dos meios pelos quais as pessoas mais podem manipular informações. Assim, não seria demais especular que a confiança no contato telefônico derive menos de sua eficiência e mais da familiaridade e confiança que – historicamente - aprendemos a ter neste meio de comunicação.

A possibilidade de ver e ouvir o outro diminuiu parte das desconfianças que surgem no contexto de conhecer alguém online, mas não as extinguiu por completo. Ainda é forte o medo de que por trás da tela esteja alguém completamente distinto do que descreve, mas especialistas em relações mediadas, como Baym, observam que é difícil criar um self online muito distinto do corporificado e se a internet permite mentir, ela também permite ser mais “honesto” por causa da suspensão dos dados identificadores ou, em outros termos, do relativo anonimato em que as relações se iniciam ou mesmo se consolidam.

A maioria das pesquisas sobre a forma como usuários constroem perfis e interação online indicam uma tendência maior à busca de autenticidade do que de mentir. Na perspectiva da socióloga Vassela Misheva (2011), em uma vertente interacionista da teoria social, isto guia a construção de um “eu” online de forma que a autenticidade buscada pode ser interpretada por outros como uma versão idealizada de si próprio. Em outras palavras, em qualquer tipo de plataforma online as pessoas tendem menos a mentir e mais a construir imagens estilizadas e/ou melhoradas de si mesmas. O que não impede o surgimento de sentimentos contrastivos entre a imagem online e a offline da pessoa. Estes sentimentos emergem não tanto em função de “mentiras”, antes do procedimento que teóricos contemporâneos veem marcar a criação de perfis online: a busca de construção de uma imagem autêntica de si mesmo.

Segundo Sharif Mowlabocus, à criação de um perfil online segue a questão: Como eu quero ser visto? Os perfis são construídos sob a perspectiva do usuário e, por isso,

são fontes ricas para compreender os processos de auto-representação em nossa sociedade midiática. O perfil é um mecanismo de identificação e autopromoção, portanto, uma forma de comodificação de si, o que, na esfera de busca de parceiros/as, já se dá naquilo que configura como um verdadeiro mercado amoroso (ILLOUZ, 2006).

Qualquer que seja a plataforma, a identidade online comporta três elementos principais: nome ou nickname, imagem (foto, vídeo ou câmera em tempo real) e linguagem (escrita ou falada). Não por acaso, os perfis tendem a materializar apresentações de si inspiradas pela publicidade atual: desde o uso de apelidos chamativos, o uso de fotos em poses similares às de comerciais, filtros e corretivos digitais como Photoshop e Instagram até textos que chegam a seguir critérios similares aos de comercialização de produtos. No Manhunt, por exemplo, encontrei vários perfis nos quais as descrições chegam a usar dados como “data de fabricação” para a data de nascimento e “prazo de validade” para se referir ao tipo de relação procurada. O que, em alguns casos, é ironia, em outros é adotado sem qualquer reflexão, o que constatei por meio de entrevistas com os usuários.

A reclamação de que muitos tentam enganar as pessoas a partir de seus perfis online é recorrente entre os usuários desses sites, mas, algumas vezes, enganar é mais sobre apresentar uma versão idealizada de si mesmo do que uma fictícia ou falsa, em outros termos, é o resultado do que Walther (1996) chama de “comunicação hiper-pessoal”, aquela em que se dá uma idealização da afinidade. Segundo Walther, há três razões principais para gostarmos mais de uma pessoa que conhecemos online: as poucas pistas que temos da pessoa dão margem à imaginação; como a relação surge a partir de algum interesse em comum, tendemos a imaginar que temos mais em comum ainda e, por fim, os mídia e seu espaço “neutro” permitem que as pessoas foquem mais na produção das mensagens.

No encontro face a face entre aqueles que se conheceram primeiro online, isso pode gerar contraste negativo, decepções e até mesmo acusação de que o outro mentiu sobre si mesmo. Mas basta ver o perfil de uma rede social de um amigo que conhecemos pessoalmente e compará-lo com esta pessoa no cotidiano para notarmos como, mesmo de forma parcial, estamos todos enredados nessa busca de autenticidade, de estilização de si, a qual gera um *self* online que pode contrastar com o offline. Assim, deparamo-nos com a forma como uma nova tecnologia muda nossa forma de ver o mundo, nossa comunidade, nossas relações e, por último, mas não por menos, até como compreendemos a nós mesmos.

Segundo Eva Illouz (2006), a construção de um perfil é um processo de autoreflexão que converte “o eu privado em uma performance pública” (p. 6), em

um ideal de si mesmo que agrade a potenciais parceiros que podem comparar e escolher. Assim, o self se transforma em uma espécie de mercadoria na vitrine, em competição com outras, o que explica como a cultura do consumo e da moda influencia e até mesmo define a forma como as pessoas tentam, por meio de textos e imagens, criar uma impressão que agrade e seduza emulando poses e referências comerciais (p. 8). Isto leva a um processo de hiper-conscientização sobre a própria aparência física, da centralidade do corpo neste mercado altamente competitivo. Segundo a socióloga, um dos resultados mais perceptíveis é um processo de homogeneização dos perfis, das descrições e, acrescento algo a ser investigado, das próprias pessoas, de seus corpos e subjetividades.

Este trabalho de estilização ampliaria ansiedades sociais já existentes sobre o que significa ser a si mesmo e sobre os riscos de se relacionar com pessoas com valores distintos daqueles nos quais fomos criados (2010, p. 48). No começo do século XX, o sociólogo alemão Georg Simmel (2010) já refletia sobre como a sociedade contemporânea, resultado da urbanização e da crescente impessoalidade no trato entre as pessoas, criara uma maior demanda de confiança com relação a quem nos relacionamos. Hoje, é inegável que vivemos em um cenário em que o notado por Simmel se aprofundou, pois a comunicação em espaços digitais nos expõe a um borramento ainda maior das fronteiras sociais ao nos colocar em contato com pessoas de outros lugares, classes sociais, valores, etc. Daí não ser estranho que, mesmo partindo de alguma afinidade, a desconfiança vigore, ao menos inicialmente, e essas relações se desenvolvam seguindo um roteiro de construção de intimidade, compreendida como partilhamento de informações pessoais que permitam um aumento da confiança. Afinal, como demonstrou Simmel, a “confiança é uma hipótese sobre a conduta futura do outro” (2010, p. 42), em outras palavras, uma previsibilidade que nos dá segurança no trato com ela.

Partindo do contato digital, conhecer alguém gera inseguranças típicas de nossa era como o medo de que uma mesma pessoa tenha duas ou mais “personalidades”. Temor com razões concretas, já que temos a experiência comum de criar perfis distintos e segmentados, por exemplo, um profissional para o site de nosso empregador, outro familiar em uma rede social ou, ainda, um para lidar com um de nossos hobbies. Qual deles é verdadeiro e qual é falso? Somos uma junção deles ou alguém não identificável quando os justapomos, somamos ou comparamos?

Segundo Nancy Baym, os dilemas da autenticidade evocados pelo uso de mídias digitais não cabem na diáde do verdadeiro/falso (2010, p. 34). Sherry Turkle (2011), por sua vez, aprofunda a discussão mostrando que em busca de autenticidade

somos treinados pelas novas tecnologias a similar ou emular o que é esperado de nós. A simulação de uma identidade esperada, mesmo que buscando autenticidade entre o que mostramos e o ideal que fazemos de nós mesmos, gera comportamentos contraditórios aos olhos alheios, os quais tendem a ser associados à dissimulação e à mentira. Trata-se, portanto, de uma problemática contemporânea radicalizada pelas mídias digitais e que a chave da busca de autenticidade não exige de ser percebida e/ou julgada como mentira, disfarce e tentativa de enganar ao outro.

Baym afirma que é até possível que algumas pessoas sejam, online, mais “verdadeiras” ou francas do que no offline. Apenas nada garante isso tampouco temos parâmetros confiáveis para reduzir ou eliminar a insegurança sobre quem está por trás de um perfil. Tememos que, online, estejamos mais expostos à mentira e ao perigo, mas é importante ter em mente que a mentira compreendida como a manipulação da informação oferecida ao outro sobre si mesmo pode acontecer tanto online quanto offline. Também, no que toca às mídias digitais, a mentira ou a omissão de informações sobre si próprio chega a ser incentivada – até mesmo pelos pais ou pela mídia – como forma de proteção para quem se sente mais vulnerável pelo contato facilitado pela internet.

Compreender que vivemos em uma sociedade em que as mídias digitais têm um papel cada vez mais central e generalizado é mais desafiador em termos analíticos porque essa tecnologia não apenas media, mas molda subjetividades e articula no processo incessante de (re)constituição de nossa vida coletiva. Vivemos em uma cultura crescentemente digitalizada desde o advento da internet comercial, mas mal começamos a compreendê-la em seus próprios termos. Este artigo, portanto, é apenas um ensaio e uma tentativa de refletir sobre um dos aspectos desta nova realidade social.

Partindo dessas reflexões gerais sobre as relações pessoais na era digital passarei para o contexto brasileiro. A cultura digital é diretamente associada à offline, em particular à forma como certos segmentos sociais usam as mais recentes tecnologias de comunicação. Neste texto, focarei em como homens buscam articular, por meio de mídias digitais, uma vida pública heterossexual – sobretudo na família e no trabalho - com relações homoeróticas em sigilo. Isto exigirá explorar as transformações históricas do “armário”, o regime de visibilidade que rege o binário hetero-homossexualidade para, por fim, tentar explorar a lógica que rege relações homoeróticas masculinas brasileiras.

O Armário na Era Digital

Em vários contextos nacionais há estudos focados na forma como certos grupos usam as mídias digitais, mas eles tendem a circunscrever o universo de análise a partir do público alvo das plataformas ao invés de explorá-las a partir dos usuários. No Brasil, alguns estudos sócio-antropológicos permitem notar que os usuários frequentemente fazem uso das plataformas de formas diversas das propostas por elas, ultrapassando seus limites classificatórios. Em minha pesquisa etnográfica sobre o uso das salas de bate papo constatei que o mesmo usuário entra em salas classificadas como dirigidas a heterossexuais, bissexuais, gays e, inclusive, para travestis e crossdressers.

De forma surpreendente, e ainda um pouco enigmática, a própria emergência das mídias digitais contemporâneas constituiu o “terreno” de minha investigação, pois permitiu o acesso a experiências que, até pouco tempo atrás, eram vividas de forma altamente individualizada, silenciosa e invisível. Refiro-me às vidas amorosas e sexuais constituídas em segredo, as quais, quando associadas ao desejo por pessoas do mesmo sexo, têm no “armário” seu regime de visibilidade clássica.

Segundo Eve Kosofsky Sedgwick (1990), o armário estrutura a experiência da homossexualidade ocidental desde fins do século XIX. Trata-se de um regime de visibilidade intrinsecamente articulado com a criação, por meio de discursos e práticas médico-legais, do binário homo-heterossexualidade nas primeiras décadas do século XX. Assim, o armário adquiriu sua forma “clássica” quando a compreensão dominante da esfera da sexualidade tornou-se a de que seria constituída por meio de identidades auto-excludentes: as pessoas seriam heterossexuais, portanto “normais”, ou homossexuais, algo considerado anômalo, motivo de vergonha e, durante décadas, passível de tratamento psiquiátrico ou punição legal.

O armário articulava a busca de segurança por parte de homossexuais com os interesses de construção da hegemonia heterossexual. Em busca de segurança, homens e mulheres que se interessavam por pessoas do mesmo sexo passaram a articular uma vida pública hetero a uma privada – contínua ou episódica – homo, contribuindo para a construção e manutenção da visão de que a heterossexualidade seria universal, mesmo porque a única visível e reconhecida.

A despeito do uso indiscriminado do termo, o armário é um regime de visibilidade circunscrito historicamente e que, de forma geral, se insere em uma época marcada por maior rigidez na manutenção de relações amorosas. Não é mero acaso que o segredo constitutivo do armário suscite paralelos com outras formas

de relações ilícitas, mesmo heterossexuais, pois ambos têm em comum a lógica de manter em segredo e na esfera privada as relações que não atendem às expectativas coletivas. Assim, seriam produto de uma moralidade inflexível sobre a esfera das relações amorosas e sexuais, marcada por formas de reprovação moral e retaliações as mais diversas para aqueles que ousassem transgredir as normas e convenções culturais de seu tempo.

Produto de uma gramática relacional que dividia as relações em lícitas e ilícitas distribuindo reconhecimento e punição, o armário tinha um status especial, pois, ao contrário do que pode parecer, ele nunca foi exatamente apenas um regime de opressão homossexual, antes de disciplinamento e normalização de um amplo espectro de sexualidades. Seus múltiplos binários (hetero-homo, visível-invisível, público-privado, socialmente reconhecido-estigmatizado) servem para alocar experiências amorosas e sexuais em classificações aparentemente fixas e estanques. Dentro de sua lógica, alguém ou é hetero ou homo e as relações que podem ser visíveis, públicas e reconhecidas são entre pessoas do sexo oposto, monogâmicas e, preferencialmente, reprodutivas. Em suma, o armário, como parte de um imaginário heterossexista, era um dos mais importantes meios de manutenção do que hoje já compreendemos como heterossexualidade compulsória.

Durante a chamada Revolução Sexual das décadas de 1960 e 1970, marcada pela ascensão do movimento feminista da segunda onda e suas novas demandas de autonomia corporal como o direito ao aborto, também ganhou força a luta pela descriminalização e pela despatologização da homossexualidade. Neste sentido, o nascente movimento homossexual tinha em uma de suas bandeiras o mote do “assumir-se” ou “sair do armário”. De certa maneira, os dois movimentos sociais, o feminista e o homossexual, tinham em comum uma luta “liberacionista” em que a autonomia corporal se associava à demanda por uma vida sexual livre dos imperativos da reprodução, do casamento e da constituição de famílias e, portanto, mais pautada pelo prazer. Neste contexto, “sair do armário” era encarado como ato “libertador”, politicamente engajado no rompimento com a tradição e contribuindo para construir uma sociedade mais livre.

As visões liberacionistas eram associadas à perspectiva de uma classe privilegiada que compreendia o “sair do armário” como uma decisão individual, uma prova de caráter, ao invés de um processo histórico de construção de espaços em que isto poderia se dar. Também tendia, sob a aparente forma de vanguarda comportamental, a reforçar a visão de que as identidades sexuais seriam auto-excludentes e/ou classificáveis. Nota-se como, no fundo, compreendendo a

lógica do armário como regida por um dentro/fora reforçava o binário hetero-homossexual criado historicamente a partir de fins do XIX e consolidado com a criação de uma identidade homossexual nas primeiras décadas do século XX. Em outras palavras, com intuítos políticos que buscavam a “liberdade” contribuíam para engajar os próprios sujeitos na plena realização do que as antigas proibições legais e classificações psiquiátricas tinham tentado, sem sucesso, por mais de meio século: a divisão das pessoas em duas únicas orientações/identidades sexuais (já que qualquer ambivalência tendia a ser vista com suspeita). Este período em que a homossexualidade experimentou um processo de descriminalização e, em parte, despatologização, não durou nem quinze anos.

No começo da década de 1980, com o surgimento da epidemia de hiv-aids a homossexualidade começou a ser repatologizada em novos termos. Se o armário alojava a homossexualidade no privado, mesmo porque era compreendida como uma espécie de “doença mental”, a partir da aids, ela passa a ser vista como problema de saúde coletiva em que seu “exercício responsável” estaria vinculado à sobrevivência dos heterossexuais. De um modelo psiquiátrico a um epidemiológico de compreensão da homossexualidade, passou-se também da punição legal ou do internamento para o disciplinamento por meios “educativos” e de controle pela saúde pública. Começa a emergir um novo armário, ou melhor, um novo regime de visibilidade.

Da exclusão e da invisibilidade do modelo que via nas relações entre pessoas do mesmo sexo uma doença mental e/ou um crime passíveis de prisão ou internamento passamos para o disciplinamento e a normalização que regem a visibilidade do modelo epidemiológico. Se, no primeiro, as forças eram predominantemente repressivas, coercitivas e externas, no segundo, elas são de disciplinamento, controle e internas. Não mais a ameaça do juiz ou do médico, mas a necessidade reconhecida individualmente do autocontrole e do auto-ajustamento, em um processo histórico em que quanto mais visíveis, mais as homossexualidades foram normalizadas a partir do modelo heterossexual reprodutivo. Esse novo regime de visibilidade não é exatamente heterossexista, tampouco serve mais à manutenção da heterossexualidade compulsória, mas permite a manutenção do binário hetero-homo por meio da heteronormatividade, a consolidação da hegemonia heterossexual.

Esta cronologia ainda incipiente nos auxilia a tentar superar tanto uma visão que considera o armário como atemporal quanto as narrativas de liberação das décadas de 1960 e 1970 baseadas nele, mas que ainda ecoam em discursos políticos e mesmo em alguns trabalhos acadêmicos. Regimes de visibilidade são históricos e, como tais, passíveis de transformações com o tempo e variáveis segundo

particularidades culturais. O armário, apenas aparentemente, operava no binômio dentro/fora, o qual caracterizaria os sujeitos nele inseridos como diante de dilemas também descritos em binários acusatórios como o de enrustidos/assumidos, falsos/verdadeiros ou, ainda pior, mentirosos/honestos. Uma lógica construída sob a hegemonia heterossexual o regia, de forma que dentro/enrustido ou fora/assumido, a verdade e a honestidade permanecem como posse dos heterossexuais e daqueles e daquelas que – “corajosamente” – posicionam-se como claramente homossexuais. Assumir-se, portanto, equivalia a incorporar uma diferença reconfortante e segura para a heterossexualidade. Primeiro porque a reafirma como excluindo de si ambiguidades, mas, principalmente porque reforça sua gramática moral, seu regime de verdade.

A transformação dos regimes de visibilidade não conseguiram desconstruir a hegemonia heterossexual, desde seu privilégio estruturante na esfera do poder e da produção de saberes, até mesmo em sua gramática erótica. A transformação de um regime de visibilidade em outro acompanha uma mudança histórica geral de uma sociedade marcada pela divisão público-privado para uma em que vigora a demanda de performatização pública da intimidade. As relações disto com a constituição de formas reflexivas de *comodização*⁴ de si por meio do consumo e da constituição de estilos de vida segmentados são claros. Aos efeitos normalizadores induzidos pelas formas de enfrentamento da epidemia de hiv/aids se seguiu uma crescente incorporação mercadológica das homossexualidades. Do gueto ao mercado, ascendeu o “meio gay” com sua imprensa comercial, seu circuito de consumo e um movimento social acenando com demandas de assimilação. O altamente lucrativo, este circuito de consumo baseado em um indivíduo foi descrito pela QSoft Consulting em termos muito reveladores: “o típico homem gay de 30 anos tem a renda disponível de um gerente médio de 50 anos e os hábitos de consumo de alguém de 20 [...]” (MOWLBOCUS, 2010, p. 87). No presente, esse modelo gay metropolitano faz destes homens privilegiados embaixadores do consumo das novidades e adultos infantilizados, o que o título da revista gay mais popular atualmente no Brasil, *Júnior*, deixa muito evidente.

4 O termo comodização se refere ao ato de construir uma imagem ou apresentação de si mesmo como “mercadoria” a ser “consumida”, algo perceptível, por exemplo, na construção de um perfil online voltado para a paquera. A comodização de si mesmo envolve a escolha das imagens pessoais, a atenção aos aspectos estéticos e, sobretudo, ao potencial de apelo em relação a um possível interessado, pensado como uma forma de consumidor para este self forjado online a partir de procedimentos similares aos da criação de uma mercadoria.

Se a narrativa liberacionista de fins da década de 1960 até o surgimento da epidemia de hiv/aids apontava para a constituição de estilos de vida possivelmente alternativos, o que se deu a partir de fins do século XX foi algo muito diverso. A maioria das homossexualidades começou a ser regida por uma busca de “passar por hetero” e até mesmo viver como hetero. Assim, enquanto no armário clássico a fronteira entre a hetero e a homossexualidade era a linha divisória entre o público e o privado, da normalidade e do desvio, no regime de visibilidade contemporâneo essa fronteira se expandiu abarcando as homossexualidades normalizadas e pressionando a linha vermelha da abjeção contra as sexualidades não-normativas, não-higienizadas, as que não visam a monogamia e a reprodução.

Foucault, em algumas de suas entrevistas do início da década de 1980, ressaltou que o que incomodava socialmente nas homossexualidades não era o sexo, mas o potencial inovador que elas poderiam trazer para as formas relacionais existentes. Assegurada a normalização e a higienização de parte das relações homossexuais, esse temor, agora transformado em preocupação de saúde pública, pôde se restringir e até se intensificar com relação àqueles e àquelas que – por razões as mais diversas – não se normalizaram.

Essa nova realidade não eliminou o binário hetero-homo como um pressuposto ordenador do imaginário social sobre o desejo e sua orientação, daí o reforço da hegemonia heterossexual. Continua a ser muito melhor “ser” heterossexual. O que torna compreensível o fato de que sejam muitos os homens que, mesmo colocando em xeque a fronteira entre a hetero e a homossexualidade nas práticas sexuais e amorosas, busquem manter seu status heterossexual na vida cotidiana. Ser “um homem de verdade” inclusive os cacifa eroticamente nas mais diversas gramáticas sexuais do presente, ao menos no Brasil, pois é este homem, compreendido como macho, dominador e ativo, que constitui o objeto do desejo de mulheres heterossexuais, homens gays, travestis e transexuais.

O regime de visibilidade conhecido como armário, pré-aids, era organizado a partir da necessidade de construção de invisibilidade, afinal, havia uma necessidade radical de proteção das punições derivadas do que hoje compreendemos como heterossexualidade compulsória. Daí a mentira e a ocultação serem, naquele contexto, táticas e estratégias necessárias para criar relações em segredo, mesmo porque ilícitas ou consideradas patológicas. No regime de visibilidade atual, a mentira tornou-se apenas a senha para a manutenção de um status de masculinidade, a qual permite circular por relações hetero e homo no topo da pirâmide da atratividade sexual. Trata-se de uma masculinidade muito particular, contemporâ-

nea, marcada por convenções de gênero típicas da sociedade brasileira e que, em nossos dias, parece sob ameaça.

Após a aids, mantemos o mesmo nome para um novo regime de visibilidade, o que tende a nos tornar reféns de um vocabulário incapaz de defini-lo em seus próprios termos, tampouco compreender suas particularidades nacionais. A seguir, focado na experiência brasileira, de homens que, na cidade de São Paulo, buscam criar – em segredo - relações com outros homens, pretendo oferecer uma contribuição para compreender o regime de visibilidade sexual do presente.

Segredos e Mentiras

O uso de tecnologias varia de acordo com a cultura e o grupo social estudado, daí surgir a questão: o que têm em comum os homens paulistanos que fazem uso das mídias digitais na busca de parceiros amorosos e sexuais do mesmo sexo? Para começar, por mais diferentes que sejam, se engajam em uma procura socialmente ainda não reconhecida tampouco vista com naturalidade no cotidiano. Ainda que não seja possível precisar, é visível a predominância dos que se apresentam nas diversas plataformas com a demanda de constituir relações em segredo ou que, ao menos, declaram-se “discretos” e/ou demandam parceiros sem sinais que os identifiquem como gays.

Se certezas e seleções auxiliam a compreender por que tantas pessoas usam meios digitais de busca de parceiros, no que toca a um grande número de homens que nutrem desejo por outros homens o sigilo aparece como o principal atrativo desses mídia. Como já comentado anteriormente, eles permitem que neles expressem seus anseios, sintam-se desejados, compartilhem experiências de forma a travar relações homossexuais que, esperam, os mantenha a salvo das amplamente conhecidas consequências negativas no espaço público e na vida cotidiana.

On-line, homens que se interessam por outros homens buscam por relações seguras, mas se veem inseridos em uma “comunidade” compartilhada, já que os chats e os sites de busca de parceiros do mesmo sexo são versões contemporâneas da cultura gay e lésbica hegemônica, metropolitana e inserida em um circuito comercial específico. Nesse contexto em rede, a sociabilidade aumenta exponencialmente o número de conhecidos. Trata-se de um espaço de *wenkities*, ou seja, laços fracos, os quais auxiliam pessoas que, no cotidiano, não têm com quem compartilhar interesses sexuais comuns, tampouco querem se expor a um familiar ou colega de trabalho.

Laços fracos parecem mais seguros, afinal, são os que nos ligam a conhecidos, pessoas com as quais não desenvolvemos compromissos duradouros ou profundos como amigos, familiares ou companheiros. Esse tipo de laço costuma se desenvolver em uma lógica de compartilhamento segmentado de interesses, daí esses “amigos virtuais” serem conhecidos com os quais partilhamos um gosto comum ou uma atividade. No caso em estudo, tratam-se de redes constituídas por desejos eróticos comuns, portanto dentro daquilo que Wellman (1988) denominou como cultura do individualismo em rede, ou seja, da constituição de uma versão individualista de comunidade.

Uma característica fundamental das redes desejantes, que investigo desde fins de 2007, é o que as circunscreve à esfera da masculinidade hegemônica, mesmo porque seu referente do desejo é a masculinidade heterossexual. Por meio de plataformas variadas, homens que levam vidas heterossexuais expressam desejos homossexuais e os concretizam, mesmo porque sua “heterossexualidade” é parte central de seu *sex appeal*. Boa parte das homossexualidades, com toda a sua vasta gama de variações, não desenvolveu referentes eróticos próprios, mas permanece historicamente atrelada a um erotismo heterossexual que, no caso dos homens que conheci em campo, encontra sua expressão máxima no desejo de se relacionar sexualmente com um “homem de verdade”, ou seja, com um homem heterossexual (MISKOLCI, 2012). Para além do temor da vergonha ou das consequências da publicização da homossexualidade no cotidiano, o que também rege a manutenção de uma imagem heterossexual são os claros ganhos eróticos que ela traz.

Ser discreto, ou seja, parecer hetero, costuma se associar à constituição de relações em sigilo, na partilha e, sobretudo, na capacidade de manutenção de um segredo comum. A homossexualidade, assim, transforma-se de uma orientação do desejo para um certo regozijo com a possibilidade de que compartilhem a capacidade de “passar por hetero”, “enganando” tanto os heterossexuais quanto os homossexuais assumidos, uma espécie de doce vingança contra a ordem sexual que quase sempre se volta contra eles. Em outras palavras, o surgimento da internet permitiu que muitos homens, ao invés de “saírem do armário” para familiares e amigos, arriscando rompimentos e represálias no trabalho, passassem a criar uma vida paralela, parcialmente fora dele, com (des)conhecidos. Assim, buscam manter intocado o círculo original de convivência, no qual construíram – muitas vezes com dificuldade – um histórico heterossexual. Nesse sentido, para eles, a internet se revela uma tecnologia para regular sua vida social e sexual, exemplo empírico daquilo que Sherry Turkle (2011) define como o desejo contemporâneo de que a tecnologia seja o arquiteto de nossas intimidades.

Mantendo-se predominantemente na esfera da heterossexualidade, apenas aparentemente vivem um paradoxo de aceitarem e vivenciarem seus desejos homoeróticos recusando o lugar social da homossexualidade, pois, de forma reflexiva, buscam unir a familiaridade, o acolhimento e o respeito da heterossexualidade associados ao prazer que encontram na esfera do desejo homoerótico. Na esfera da sexualidade, tão cheia de normas, convenções e limites, as mídias digitais abriram um espaço aparentemente acolhedor, principalmente, por exibirem plataformas que criam redes regidas por moralidades alternativas à hegemônica, ou ainda, segmentadas.

Dito isto, é importante considerar que, na busca por relações em segredo ou discretas, interagem uma variedade de perfis de usuários. Desde homens comprometidos com mulheres que buscam conciliar suas vidas heterossexuais com experiências ou casos homo até homens que aspiram constituir relações monogâmicas com outros homens. O que se passa nas plataformas é um encontro e entrecruzamento de desejos, os quais, a despeito da aparente segmentação e ordem, costumam se misturar ou se transformar. Um exemplo é a frequência com que encontrei homens que pareciam buscar sexo sem compromisso se envolverem com outros homens de forma profunda.

Em outro artigo, explorei com mais detalhe as relações desenvolvidas por usuários com parceiras mulheres que costumam se apresentar em bate-papos como “Macho” ou “Brother”. Estes perfis costumam identificar um tipo de masculinidade muito comum em nosso país, aquelas que partilham da percepção de que ser homem é dar vazão aos seus desejos (VILLELA, 1998),⁵ assim, por meio da internet, homens podem exercitar sua masculinidade e reafirmá-la ampliando o espectro de suas relações amorosas e sexuais. As relações ilícitas nunca foram possíveis de forma aparentemente tão segura e desvinculada de contato com as lícitas, o que o recente e crescente sucesso dos sites de traição no Brasil vem corroborar.

Se uma prerrogativa da masculinidade continua a ser a de extravasar seus desejos e fazer uso de todas as ferramentas para concretizá-los, isto traz uma nova consequência, os homens que usam as mídias digitais para tentar criar uma vida paralela homo precisam controlar aquele com quem se relaciona para garantir sua própria segurança. Assim, passam a desenvolver meios de manipular informações

5 É importante sublinhar a diferença entre dar vazão aos desejos e o “descontrole”, algo que nossa cultura apresenta como devendo ser evitado por um “homem de verdade”. A lógica acionada para a expressão ou afirmação da masculinidade é a do beber muito, mas sem perder o domínio sobre si mesmo; a docer bastante, mas sem passar mal; fazer muito sexo, mas sem deixar que isso intervenha ou atrapalhe sua vida familiar e profissional.

que vão da omissão à mentira expressos em silêncios, apelos à discrição, à compreensão do parceiro, mas que, usualmente, se somam ao uso de nomes falsos, telefones bloqueados, mentiras sobre onde moram ou trabalham. A já conhecida lógica do controle masculino apenas passa a se dar por meios tecnológicos atuais.

Segundo pesquisas desenvolvidas sob uma perspectiva heterossexual, como a de Whitty e Gavin (2001), as mulheres revelaram mentir por segurança, enquanto os homens não pensavam em segurança e afirmavam serem mais honestos. Ellison, Heino e Gibbs (2006) afirmam que as pessoas tendem a falar a verdade on-line, mas exageram qualidades – pesam menos, são mais altas ou não fumantes (p. 117). Trata-se de “pequenas mentiras”, cuja amplitude é limitada pela possibilidade do encontro face a face, no qual uma foto excessivamente retocada ou uma descrição física muito distinta eliminaria a possibilidade de conhecer o outro ou ser reconhecido por ele.

Na esfera das relações homossexuais que investigo, o que meus colaboradores na pesquisa etnográfica denominam como mentira se assemelha à definição de Georg Simmel, ou seja, a mentira é um dos meios para limitar o conhecimento que um tem do outro, “uma técnica positiva e agressiva que persegue seu propósito mediante um uso simples do segredo e da ocultação.” (2010, p. 40). Em outras palavras, a “mentira” aqui é associada a uma dinâmica de gênero e sexualidade, no caso, da esfera das masculinidades homossexuais, as quais bebem do arcabouço cultural brasileiro em que a masculinidade, em geral, tem no mentir uma forma reconhecida de ampliar o alcance de seus feitos para adquirir respeito, despertar inveja, atrair atenção e, sobretudo, ganhar agência. É um verdadeiro clichê a mentira do marido que avisa que ficará até mais tarde no trabalho, o que permite a ele participar de um *happy hour* com os colegas de trabalho ou mesmo um encontro sexual ilícito. O uso das mídias digitais, portanto, apenas potencializa o uso dessa tática cotidiana.

Há alguns anos acompanhando diversos homens em suas experiências de busca de parceiros on-line, tive grande dificuldade em compreender a experiência mais comum relatadas por eles: a da frustração e do desapontamento. Primeiro, porque as razões me pareciam incongruentes, mas, sobretudo, porque essa reclamação geral não interrompeu a continuidade da busca de alguém por mídias digitais. Segundo Eva Illouz, esse desapontamento é marcante também entre heterossexuais, o que permite pensar que suas raízes estão no contexto das relações amorosas contemporâneas e não se circunscrevem aos mídia. Há um conjunto razoável de pesquisas que indicam uma crescente demanda por relacionamentos

“seguros”, leia-se, nos quais a pessoa corra menos riscos de se frustrar, ser enganada ou se arrepender. Daí ser provável que a frustração deste desejo seja um dos componentes do combustível das buscas de parceiros por mídias digitais.

Meus colaboradores reclamam que é difícil encontrar alguém interessante ou confiável online e, sobretudo, relatam pormenorizadamente suas histórias de tentativas e erros em constituir relações a partir de meios digitais. Depois de alguns anos coletando narrativas de frustração, identifiquei que elas se baseiam nas dificuldades de fazer desses mídia uma tecnologia de articulação segura entre duas vidas que eles gostariam de manter paralelas. No fundo, a maioria de meus pesquisados age a partir de um ideal de constituição de duas vidas que nunca se cruzariam, uma heterossexual e outra homossexual, antes permitiriam usufruir do melhor de cada uma delas.

O que esperam da internet acaba sendo construído por suas próprias ações, regidas por um objetivo de auto-preservação a qualquer custo, na verdade, a preservação de uma vida familiar e pública heterossexual. Com este intuito, usam as mídias digitais sempre demandando mais informações do que oferecem e, progressivamente, exigindo maior flexibilidade e compreensão daqueles com quem se envolvem. Assim, o uso de mentiras e omissões caracteriza a forma como lidam com as mídias digitais, o que é mais frequente quanto mais comprometidos com uma parceira mulher ou, simplesmente, mais dedicados à preservação de uma vida pública e familiar heterossexual.

O argumento da autopreservação ou segurança é o mais acionado pelas pessoas que mentem para justificar sua ação, o que não as exime de fazer com que aqueles/as que recebem as informações distorcidas ou falsas sejam efetivamente objeto de manipulação e, se chegam a descobrir a verdade, sintam-se traídos em sua confiança. De uma coisa não costumam se gabar: a de mentirem ou manipularem suas parceiras e seus casos masculinos. Ao tocar neste ponto delicado, eles costumam preferir “deixar de fora” suas parceiras mulheres, segundo eles “em sinal de respeito”, e falam mais de suas frustrações on-line, em especial, atribuindo-as aos outros homens com quem tentaram se relacionar, à internet em geral ou mesmo a uma plataforma em particular. No fundo, eles se inserem em uma gramática moral que tem como premissa a respeitabilidade e a importância central da vida hetero e uma desqualificação, em graus variados, dos laços homossexuais.

A maioria dos usuários com os quais travei contato acredita que algumas plataformas, como as salas de bate-papo, seriam mais propícias ao sexo casual enquanto outras, como os sites de busca de parceiros, acenariam com a constituição

de relações mais sérias ou duradouras. No entanto, o acompanhamento do uso das plataformas indica que esta divisão é arbitrária e pouco condiz com os relatos. É provável que o tipo de relação gerada seja mais produto da forma como se usa do que da própria plataforma. No que toca à experiência de mentir, manipular ou sentir-se enganado, quanto mais imediata e sem compromisso for a relação criada, maior o espaço para mentiras e omissões.

Esses desejos em rede misturam anseios que vão da busca de companhia à parceria, mas nas plataformas segmentadas para um público homossexual masculino tendem a uma clara sexualização. As plataformas, com tudo o que as distingue, moldam a busca de formas muito sutis e efetivas. Elas têm um efeito quase pedagógico, pois de forma indutiva, levam os usuários a criarem perfis desejáveis segundo critérios nem sempre explicitados. Nos sites de busca de parceiros, por exemplo, para obter atenção e receber mensagens, os usuários são incentivados a “sexualizar” seus perfis. Alguns o fazem de forma explícita - com fotos nus, closes de genitais ou mesmo vídeos de relações sexuais -, outros com fotos em traje de banho em uma praia ou piscina. Segundo Mowlabocus (2010), a exposição corporal é altamente valorizada e buscada desde o princípio, pois o olhar que rege a busca é um olhar adestrado pela pornografia gay disseminada em filmes, revistas e mesmo na internet.

Na esfera da carnalidade on-line, os “corpos que importam” são os bem-sucedidos em sua sexualização/objetificação e adequação ao consumo (MOWLABOCUS, 2010, p. 80). Enquanto as mulheres foram historicamente reguladas pelos mecanismos de corporificação/objetificação, as homossexualidades contemporâneas parecem estar sendo criadas por estes mesmos mecanismos. O armário, originalmente constituído em uma época em que existia uma fronteira entre o público e o privado, aludia ao vestíbulo, o qual articulava as duas esferas por meio da certeza de que as roupas fazem o homem. Atualmente, ao menos para os homens de meu campo, indivíduos da classe-média paulistana, a academia tomou o lugar do vestíbulo, pois o que atrai e/ou garante discrição/invisibilidade não são mais as roupas, antes o próprio corpo construído a partir de uma estética heterossexual.

A demanda por construir relações em segredo é um desejo com raízes antigas nas vidas de meus interlocutores, pois - em maior ou menor grau - lutaram boa parte de suas vidas para reprimir, controlar ou esconder seus desejos por outros homens. Essa experiência gera insatisfação e uma reclamação comum de se sentirem sempre solitários, mesmo quando em um relacionamento amoroso com uma mulher ou mantendo um caso paralelo com outro homem. Muito do desaponta-

mento com o uso das mídias digitais deriva de seu uso não conseguir diminuir essa solidão. A vivência de desejos por outros homens em segredo é construída de forma dolorosa e solitária, constituindo uma espécie de ferida emocional que tentam curar por meio da busca de alguém que a compartilhe e compreenda.

Na busca on-line, fruem o prazer da deriva, de serem levados pelo desejo interdito no cotidiano, mas dentro de uma economia subjetiva que almeja a segurança, por isso se inserem em redes desejantes em segredo e buscando um outro discreto – redes constituídas a partir de uma gramática moral hegemônica já que, como afirma Simmel, o segredo e a mentira são o outro lado da vergonha. Expondo-se de forma calculada e parcial, criam relações fundadas no princípio da auto-preservação que impede, ou ao menos atrapalha, vínculos mais estreitos ou duradouros.

Curiosamente, nos relatos sobre casos que se estendem, é comum afirmarem que quanto mais conhecem o parceiro mais razões adquirem para desconfiar dele. Afinal, descobrem que seu nome nos primeiros encontros era falso, o número de telefone o de um celular paralelo, a profissão distinta ou o bairro em que vive diferente do que tinha dito inicialmente. Recentemente, um de meus colaboradores, em meio à descoberta de mentiras de um amante, usava a seguinte frase em seu Messenger: “As pessoas não mudam, apenas encontram novas maneiras de mentir.”⁶

Referências

BAYM, N. K. *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press, 2010.

ELLISON, N.; HEINO, R.; GIBBS, J. Managing emotions online: self-presentation processes in the online date environment. *Journal of Computer Mediated Communication*, v. 11, n. 2, 2006. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/ellison.html>>. Acesso em: ago. 2012.

GIBSON, W. *Neuromancer*. São Paulo, Aleph, 1991.

HINE, C. How can qualitative internet researchers define the boundaries of their projects? In: MARKHAM, A. N.; BAYM, N. K. *Internet inquire: conversations about method*. Los Angeles: Sage, 2009. p. 1-20.

⁶ Segundo Baym, as pessoas mentem mais por meios que não podem ser estocados ou reproduzidos, portanto, mais por telefone do que por SMS ou Messenger e, menos ainda, por e-mail. Constatação corroborada por inúmeros relatos de meus colaboradores sobre relações que começam pelos chats, passam pelos Messengers, depois pelos celulares e terminam em “esclarecimentos” por e-mail.

- ILLOUZ, E. *Romance and rationality on the Internet*. Washington: American Sociological Association, 2006.
- MCKENNA, K. Y. A. et al. Relationship formation on the internet: what's the big attraction? *Journal of Social Issues*, Malden, v. 58, n. 1, p. 9-31, 2002.
- MISHEVA, V. A symbolic interactionist perspective on the building of selves online. In: REUNIÃO BIANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SOCIOLOGIA, jul. 2011, Curitiba. Curitiba: UFPR, 2011.
- MISKOLCI, R. Machos e brothers: um estudo sobre o armário a partir de relações homoeróticas masculinas criadas online. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, 2012. No prelo.
- MOWLBOCUS, S. *Gaydar culture: gay men, technology and embodiment in the digital age*. Farnham: Ashgate, 2010.
- PELÚCIO, L.; MISKOLCI, R. A prevenção do desvio: o dispositivo da aids e a repatologização das sexualidades dissidentes. *Sexualidad, Salud y Sociedad: Revista Latinoamericana*, Rio de Janeiro, n. 1, p. 125-157, 2009.
- SEDGWICK, E. K. *Epistemology of the closet*. Berkeley: University of California Press, 1990.
- SIMMEL, G. *El secreto y las sociedades secretas*. Madrid: Sequitur, 2010.
- TURKLE, S. *Alone together: why we expect more from technology and less from a choother*. New York: Basic Books, 2011.
- VILLELA, W. Homem que é homem também pega aids? In: ARILHA, Margareth; UNBERHAUM, S.; MEDRADO, B. *Homens e masculinidades: outras palavras*. Rio de Janeiro: Editora 34: ECOS, 1998. p. 129-134.
- WALTHER, J. B. Computer mediated communication: impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction: *Human Communication Research*, Austin, v. 20, n. 4, p. 473-501, 1994.
- WELLMAN, B. Networks as personal communities In: WELLMAN, B.; BERKOWITZ, S. D. *Social structures: a network analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. p. 130-184.
- WHITTY, M.; GAVIN, J. Age/sex/location: uncovering the social cues in the development of online relationships. *Cyberpsychology and Behavior*, v. 4, n. 5, p. 623-630, 2001.