

O TINDER COMO PEDAGOGIA CULTURAL DA IMAGEM

TINDER AS A CULTURAL IMAGE PEDAGOGY

Alcidesio Oliveira da Silva Junior¹

RESUMO: O Tinder é um aplicativo de paquera que tem se popularizado no Brasil desde 2013. Ali, pessoas procuram parceiros/as na afirmação dos seus desejos. Este artigo, fruto de uma pesquisa de Mestrado em Educação, objetiva descrever as lições aprendidas pelos homens por meio dos jogos imagéticos no aplicativo. Por meio de uma etnografia virtual e de uma análise cultural de entrevistas realizadas, concluo que o Tinder é parte de uma engrenagem maior na pós-modernidade, onde os usuários aprendem a gerenciar suas performances em rede para obter sucesso e atração do olhar do outro.

PALAVRAS-CHAVE: pedagogia cultural, estudos culturais em educação, imagem, Tinder, gênero.

ABSTRACT: Tinder is a dating app that has become popular in Brazil since 2013. There, people look for partners to affirm their desires. This article, the result of a Master's degree in Education research, aims to describe the lessons learned by men through imagery games in the application. Through virtual ethnography and a cultural analysis of interviews carried out, I conclude that Tinder is part of a larger mechanism in postmodernity, where users learn to manage their network performances to achieve success and attract the other's gaze.

KEYWORDS: cultural pedagogy, cultural studies in education, image, Tinder, gender.

1. INTRODUÇÃO

Corpos delineados, rostos rejuvenescidos, roupas escolhidas com atenção, poses demarcadas e copiadas das celebridades virtuais...No mundo contemporâneo, tem se tornado cotidiana uma produção de si mesmo baseada na exterioridade dos olhares, tal como se dependêssemos da aprovação do outro para mantermos a consistência de nossa própria imagem. Neste “mundo-imagem”, como nos fala Susan Sontag (1977), há uma centralidade neste signo, como se os artefatos visuais redefinissem a realidade e, ao consumirmos as imagens, fôssemos

¹ Mestre e Doutorando em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Estudos Culturais e Arte/Educação (UFRPE/CNPq) e do ENSAIO -Vida, pensamento e escrita em educação (UFPB/CNPq). E-mail: ateneu7@gmail.com



atravessados/as por novas necessidades, influenciando em diagramas de classificação que operam no nosso modelamento subjetivo.

As imagens ganham uma nova centralidade com a expansão tecnológica dos últimos tempos. Acompanhando as redes sociais, onde “[...] qualquer experiência pessoal é valorizada em função da sua capacidade de se tornar uma cena, um evento, um acontecimento diante de câmeras” (Couto, 2015, p. 52), a exibição de si mesmo/a torna-se um divisor de águas na afirmação da existência. Mostra-se o que se tem (e o que não se tem) na expectativa de atrair os olhares, afinar uma existência virtualizada para que esta se torne mais adensada diante da extrema fragmentação identitária na/da pós-modernidade². Tudo isto, nos sugere Paula Sibilia (2017), promove subjetividades narcisistas dependentes de um outro olhar, sendo uma ode ao mundo-imagem de Sontag (1977).

Neste artigo, desdobramento de uma pesquisa de Mestrado em Educação (Silva Junior, 2020), dedico-me ao Tinder, aplicativo de paquera que chega ao Brasil em 2013 com a proposta de que os/as usuários/as possam localizar pretendentes em seus deslocamentos. A partir de um dispositivo de geolocalização, cada pessoa cadastrada constrói um perfil com fotografias e um texto de apresentação, escolhendo também o gênero que pretende encontrar no aplicativo (na ocasião da pesquisa, homens e/ou mulheres)³. Em uma dinâmica que envolve deslizar o perfil visualizado para a direita (quando há interesse) ou para a esquerda (quando não há interesse), a possibilidade de conversa surge apenas quando os dois (ou as duas) se interessam um/a pelo/a outro/a, ocasionando no chamado “*match*” (ou correspondência em inglês). Tudo muito rápido, intenso, transformando o Tinder em uma ilustração destes aplicativos de paquera que funcionam sob uma alcoviteira da pós-modernidade na mediação do amor, do sexo e das relações afetivas de uma forma geral (Silva Junior, 2020).

Entendo, sob inspiração dos Estudos Culturais em Educação, que aprendemos não apenas nas escolas e universidades, mas também por meio dos artefatos culturais, “[...] uma vez que atuam e fazem funcionar pedagogias orientadas para a constituição de determinados modos de ser e viver

² Tomo pós-modernidade não apenas como um tempo, mas um modo de pensar o mundo e a si mesmo, produzindo formas de conhecimento também muito específicas. Entre algumas características da pós-modernidade, considero a fluidez dos significados, a força da linguagem nos jogos de sentidos, o fim das metanarrativas, a fragmentação identitária, as verdades parciais, as ficções e a contestação da representação da modernidade (Peters, 2000; Geertz, 2008; Taddei, 2012).

³ Hoje também há a opção da escolha por pessoas não-binárias.

na contemporaneidade” (Camozzato, 2018, p. 110). Meu argumento é que o Tinder é uma pedagogia cultural que “opera através de uma lista de procedimentos e técnicas voltados para produzir e reproduzir tipos específicos de comportamentos, valores, hábitos, atitudes pessoais”, como nos diz Ruth Sabat (2001, p. 40-41), “diretamente conectados com o tipo de sociedade na qual estão inseridos”.

Uma pergunta ressoa nesta pesquisa: quais significados atravessam a produção das imagens no cotidiano dos homens gays/bissexuais que utilizam o Tinder para experiências (homos)sexuais?⁴ Através de uma etnografia virtual de 08 meses que resultou em 523 *matches*, afinando para entrevistas semiestruturadas com 39 homens, empreendi uma análise cultural dos diálogos. O objetivo deste artigo é descrever as lições aprendidas pelo usuários em suas performances imagéticas no aplicativo. Assim, depois de trazer alguns caminhos metodológicos e teóricos que me ajudaram na análise, trago alguns resultados da pesquisa, apontando, através das respostas dos entrevistados, como uma produção de si mesmo se deu (também) através da pedagogia cultural do Tinder.

2. ONLINE NO CAMPO: ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS

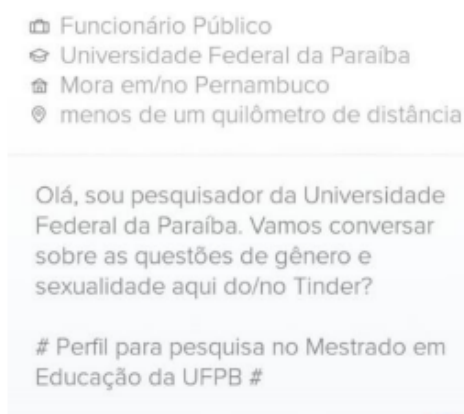
A pesquisa é fruto de uma imersão no aplicativo de paquera Tinder que durou 08 meses. Inicialmente, a previsão eram 06 meses, porém, a pandemia da Covid-19 que se alastrou pelo mundo no ano de 2020 também influenciou para que eu estendesse a investigação por mais dois meses para acompanhar se algumas mudanças ocorreriam na forma como os homens se relacionavam em tempos pandêmicos. Ressalto que antes de iniciar as incursões, recorri ao Comitê de Ética da Universidade Federal da Paraíba que aprovou a pesquisa no parecer nº 3.624.052 (2019), dando-me respaldo, visto estar tratando diretamente com pessoas.

Por entender, diante das minhas experiências anteriores com o aplicativo, que há uma supervalorização da imagem, eu escolhi 09 fotos (o máximo possível na época) que ilustrassem não apenas uma variedade da minha performance, mas diferentes estilos de vida, viagens, cenários, etc.,

⁴ Utilizo o recurso dos parênteses na palavra “homossexual” para ressignificar o termo e trazer para a pesquisa outros homens que procuram experiências com o mesmo gênero sem se afirmarem como gays. Prefiro utilizar (homos)sexual, torcendo a palavra que originalmente vem de “*bomo*” (igual) e “*sexus*” (sexo), para não usar o termo epidemiológico “homens que fazem sexo com outros homens” (HSH) e que carrega uma certa invisibilização destes sujeitos para as políticas públicas e para os movimentos sociais (Duque; Pelúcio, 2010). Nenhum dos entrevistados se colocou como heterossexual, embora nas andanças virtuais pelos perfis no Tinder eu tenha encontrado homens que deixavam claro a sua orientação sexual na sua apresentação e estavam ali para aventuras sexuais ou por curiosidade.

que pudessem atrair mais os meus *matches*, ou seja, meus futuros entrevistados para a pesquisa. Como parte do compromisso ético, destaquei no meu perfil que era um pesquisador de Mestrado em Educação e que estava ali para realizar uma investigação (imagem 1). Como trarei mais adiante, a velocidade com que as pessoas interagem ou deslizam entre os perfis é tanta que muitos não liam o meu perfil. Assim, quando eu os abordava nas conversas, após o *match*, retomava a intencionalidade da minha presença no Tinder e perguntava se eles estavam dispostos a contribuir com a pesquisa e se gostariam, caso participassem, de receber o arquivo com trabalho completo após a defesa final. Se sim, informava que suas fotos não seriam utilizadas e que eles poderiam me fornecer qualquer nome, real ou não, para que eu os mencionasse na pesquisa. Para mim, que pesquiso no campo dos Estudos Culturais em Educação, as subjetividades importam. Desta forma, a escolha de um nome, mesmo não sendo o que consta nos documentos oficiais, representa um significado, um traço autobiográfico que nos interessa bem mais do que generalismos habituais da academia que soam apagadores do sujeito, como siglas ou números para a citação dos entrevistados.

Imagem 1 – O meu perfil no Tinder



Fonte: Autor (2019).

Entrei no Tinder com três estratégias de produção dos dados. A primeira, foi uma entrevista semiestruturada com todos os homens que dei *match*. Eu os abordava logo após a correspondência, reafirmava se tratar de uma pesquisa e, caso aceitassem, eu iniciava as perguntas que tinham um roteiro pré-definido, mas que se desenvolviam também de acordo com a temperatura da conversa. Ressalto que, como é comum no cotidiano do Tinder, muitos davam

match e não respondiam mais, fazendo-me partir para outros usuários. A segunda estratégia se tratava de investigar os perfis que eu encontrava, mesmo aqueles que eu não dei *match*, observando as biografias, as fotografias, o que os homens buscavam, para entender de que forma certas aprendizagens se davam no aplicativo. Por fim, durante 30 dias, *printei* todos os perfis da seção chamada *Top Picks* (“Principais Escolhas” na tradução livre) e que tratava-se de um espaço com 10 homens sugeridos diariamente pelo Tinder para mim com base, segundo os desenvolvedores do aplicativo, nos meus gostos. Ao todo, analisei 219 perfis e percebi, conforme as entrevistas que realizei, que não diziam respeito, necessariamente, aos tipos preferidos pelos usuários com base em algoritmos, mas homens com regularidades de gênero bem demarcadas, sugerindo masculinidades que se aproximavam das hegemonias de gênero, e que o Tinder entendia como padrão, como principal escolha⁵.

A investigação foi desenvolvida no método qualitativo, descritivo e analítico (Creswel, 2011) através de uma etnografia virtual de 08 meses baseada em imersão no campo, observação participante e registros em diários de campo. Por se tratarem de práticas culturais muito específicas inseridas em um aplicativo de paquera, ou seja, uma comunidade virtual, a etnografia, de forma mais ampla, mostrou-se eficiente para a produção de uma escrita com base nas impressões e nos registros, uma interpretação dos comportamentos, das molduras sociais e dos diversos contextos dos sujeitos (Miller; Slater, 2004). Me inspiro, particularmente, nas contribuições de Clifford Geertz (2008) para a chamada antropologia pós-moderna, ao destacar a provisoriidade dos significados da etnografia, a ausência das chamadas metanarrativas totalizantes, dando importância à linguagem do escrito etnográfico para a pesquisa.

Há uma polifonia na etnografia pós-moderna ressaltada também por Taddei (2012) por se afastar de uma visão tradicional da antropologia que confere ao relato do/a etnógrafo/a uma veracidade dos fatos observados, tal como uma hierarquização de culturas em que os saberes do/a que vê são superiores daqueles/as que são observados/a. Neste exercício antropológico pós-moderno, segundo também nos diz Pedro Nascimento (2016), os fluxos entre os/as pesquisadores/as e pesquisados/as também são considerados, pois há construção de sentidos que perpassa ambos os lados. A etnografia pós-moderna, segundo Taddei (2012, p. 115), detona sentidos que são múltiplos e “[...] convoca vibrações, comentários e ruídos do trabalho de campo”.

⁵ Um maior detalhamento da metodologia pode ser conferida em Silva Junior (2020; 2021).

O rigor metodológico e analítico se dá, portanto, não em uma pretensa neutralidade, assepsia e objetividade científica, mas na capacidade do/a pesquisador/a em agenciar a interpretação cultural, localizada e provisória, por ser subjetiva, a uma fundamentação teórica bem ajustada, como nos diz Mattos (2011).

A escolha pelo termo “etnografia virtual” ao invés de apenas “etnografia” ou, conforme muitos/as utilizam, “netnografia”⁶, se dá pela necessidade de acentuar os contextos de produção dos dados de pesquisa. Desde já ressalto o quão problemática é a distinção entre o “real” e o “virtual”, tendo em vista que as experiências online atravessam o corpo, arrepiam, dão tesão, instigam os olhares, aceleram o coração. Efeitos, pois, físicos e “reais”. No ciberespaço, como nos diz Britto (2009), as subjetividades se encontram. É ali, nesta dimensão ampla, que desaguardam criações humanas muito variadas. O virtual, da etnografia, portanto, não diz respeito a uma irrealidade, mas a novos contornos neste mundo de possibilidades subjetivas. Como argumenta Jungblut (2004), os efeitos de realidade produzidos pelas atividades online não pertencem ao reino do imaginário, pois as falas e os atos digitalizados têm repercussão na vida, não desaparecem quando fechamos o notebook ou desligamos o celular. Um exemplo que eu poderia dar neste momento é a transação bancária efetuada nos aplicativos da internet e que, de fato, interferirá no tanto de dinheiro que será encontrado quando um/a usuário/a for ao caixa eletrônico buscar as notas presencialmente.

A etnografia virtual também destaca elementos que estão para além de uma mera etnografia, por isso a escolha do nome. Nela, conforme Félix (2012), estamos 24h conectados/as, ou seja, *estamos* em campo (e não, apenas, *entramos* em campo), podemos produzir dados independente da inserção geográfica e do tempo (tendo em vista que uma pergunta enviada hoje pode apenas ser respondida quando o/a outro/a ligar o notebook e visualizá-la, por exemplo). Outros elementos, como *emojis* ou *emoticons*, como destaca Polivanov (2013), também podem e devem ser interpretados na etnografia virtual, adensando os jogos de significados. Muitos dos meus *matches* respondiam com outras expressões gráficas para além das palavras, o que me exigia outros olhares e uma nova interpretação dos relatos. Por mais que tenhamos estas variações, outros elementos da chamada etnografia (tradicional) se mantêm, como a imersão do campo, registro em

⁶ Termo criado a partir de “net + etnografia” e com forte inserção nas pesquisas de marketing e comunicação. Ao consultar Fragoso, Recuero e Amaral (2011), não vi distinções entre netnografia e etnografia virtual, sendo a utilização apenas uma questão pessoal.

diários, observação participante, estranhamento do/a pesquisador/a, etc., sendo a escrita etnográfica o resultado do encontro entre subjetividades.

Para analisar as entrevistas e as imagens, recorri à análise cultural com base nos Estudos Culturais em Educação. Esta análise coloca o foco na cultura, na linguagem e nas relações de poder nos processos que constroem significados (Silveira; Meyer; Félix, 2019). Ou seja, por se tratar de uma investigação conjuntural, a preocupação se dá em como os homens no aplicativo Tinder dão sentido aos temas evidenciados nas entrevistas com foco na questão da imagem e da performance si, no amor e nas masculinidades (neste artigo, o foco se dá no primeiro elemento). Através da análise cultural nos atemos às disputas, aos jogos de linguagem, à produção de significados que são provisórios, mas que emergem através das narrativas e das imagens.

Segundo Moraes (2016), busca-se, através da análise cultural, as interrelações nas práticas sociais, as regularidades, os padrões que se repetem e vão sinalizando um certo enrijecimento das formas, um comportamento habitual. As nuances de repetibilidade são destacadas para que observemos como a cultura entre os homens, neste caso do Tinder, dá sentido em relação às performances no aplicativo. O foco são os signos que são estabelecidos convencionalmente em uma dada cultura (Silva Junior, 2023), as lutas de/pelo poder que vão se manifestando através de marcas, traços, representações e/ou significantes (Silva, 2010), sendo, no entanto, sempre alvo de contestação que se abre no meio destes circuitos de produção cultural (Wortmann, 2001).

3. A CENTRALIDADE DA IMAGEM NO CONTEMPORÂNEO

Como já apontado na introdução deste artigo, me apoio na noção de “mundo-imagem” de Susan Sontag (1977) para pensar como temos sido, ao mesmo tempo consumidores/as de imagens, também consumidos/as por elas. Sem intenção de fazer um resgate do conceito de imagem ou de descrever como esta tem sido amplamente instrumentalizada pela história da humanidade, seja usada na mitificação de deuses/as, na catequização, no assombro pedagógico (e religioso) da idade medieval, seja no fortalecimento de ditaduras (de direita ou de esquerda), midiatização das guerras e idealização de figuras de autoridade, é inegável o quanto as imagens têm uma força expressiva no contemporâneo marcado pelas redes sociais e pelas tecnologias.

Como se dão as práticas culturais em torno das imagens? Como explicar o seu poder de influência? Quais valorações são explicitadas nas fotografias e que denunciam também exclusões,

marginalizações, enquadramentos opressivos e corpos abjetos? São muitas as perguntas que nos posicionam ainda em estado de problematização constante para que não nos acostumemos a opiniões rígidas e clichês que impedem o pensamento de criar algo novo. O debate é complexo, pois ainda vivemos uma sociedade logocêntrica, cuja palavra está acima da imagem, colocando-a, talvez, em uma posição de desconfiança. É importante que façamos um giro que atente para a centralidade da experiência visual, visto que “[...] a visão é tão importante quanto a linguagem na mediação das relações sociais sem ser, no entanto, redutível a linguagem, ao signo ou ao discurso” (Mitchell, 2015, p. 186).

Segundo Roland Barthes (2012, p. 17), “uma foto pode ser o objeto de três práticas (ou de três emoções, ou de três intenções): fazer, experimentar, olhar”, o que nos mostra posições distintas na produção e leitura das fotografias (e, eu poderia alargar, para as imagens como um todo): o *Operator* (o fotógrafo ou fotógrafa), o *Spectator* (aquele que vê as fotos nos jornais, revistas, etc.) e o *Spectrum* (o que é capturado pela câmera). Estes atributos da experiência fotográfica (ou imagética de forma geral) aponta para uma encenação, uma montagem de si, uma espetacularização que dialoga diretamente com o que temos presenciado nos últimos tempos através das tecnologias, além de mostrar que a fotografia é uma criação cultural (Batista; Meinerz, 2022) que diz muito sobre o seu tempo.

Estariamos vivendo uma cultura visual ou uma hegemonia da visualidade (Figueiredo; Fontoura, 2021)? Acredito que a proliferação das redes sociais e dos aplicativos de paquera que dão tanta importância às imagens pode nos dar algumas pistas de que há um poder imagético que se espalha na contemporaneidade, em especial nas territorialidades digitais, ditando regras e comportamentos sociais. Nestes tempos de alta dispersão e velocidade no consumo, as redes sociais desdobram a pós-modernidade nos espaços virtuais, proliferando novos sentidos como marcas do seu tempo (Silva Junior, 2020). São redes, portanto, carregadas de produção imagética, e que disseminam novas ações individuais e coletiva, sob novos regimes de publicação e de visibilidade, como nos diz Filipe Alves (2023).

Para Bauman, entrevistado por Leoncini (2018, p. 69), a internet “é amplamente usada mais para construir um refúgio que para derrubar paredes e abrir janelas”, o que nos indica uma vontade de homogeneização que se presentifica principalmente nos aplicativos de paqueira, foco deste artigo. Esta padronização está nos trejeitos, nas roupas, nos sorrisos, na maquiagem, nos cabelos, no cenários das fotografias, nos objetos utilizados, enfim, tudo aquilo que possa compor uma

imagem atrativa e que alcance as curtidas, o engajamento, o sucesso nas redes sociais. Nestes espaços, “os interesses são baseados em um espelhamento de si, na reprodução contínua de moldes que se encaixam às expectativas de cada usuário, estes, cotidianamente apartados de uma ideia de heterogeneidade” (Silva Junior, 2020, p. 78). Ainda segundo Bauman e Leoncini (2018, p. 74), “se não estiver visível na rede, você terá poucas chances de escalar a pirâmide social, mas sobretudo não terá nenhuma chance no e-commerce sentimental”.

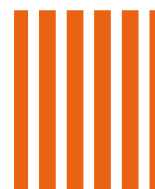
Vejo que a multiplicidade e valorização das imagens é fruto de uma pós-modernidade de que nos fala Stuart Hall. Para o autor (2019), o sujeito pensado como unidade estável e unificada, se fragmenta em várias identidades que nem sempre soam harmoniosas. Em tempos de consumo ampliado no capitalismo de mercado, nossas identidades também se tornam produtos a serem consumidos e reproduzidos através das imagens que fazemos de nós mesmos/as e que lançamos na internet. Há uma capitalização do imaginário, das diferentes pulsões da intimidade e dos sentimentos (Fridman, 1999), sendo as performances de si mesmo motores para a construção de uma desejabilidade. A questão é que “o próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático” (Hall, 2019, p. 11), o que pode acarretar em uma inesgotável necessidade de novas estilizações de si, desde que atendam ao esperado: os olhares do outro.

4. PEDAGOGIAS DOS ESTÍMULOS-AFFECTUM

Antes de iniciar a pesquisa, eu também utilizava o Tinder. A cada vez que realizava o cadastro, me preocupava com as fotos, com os textos de minha minibiografia, com as preferências explicitadas. Percebia que uma sutil modificação nesta performance de mim mesmo influía diretamente na quantidade de *matches* que eu tinha. Em especial, as fotos de viagens no exterior ou cuja performance de masculinidade acompanhava os padrões hegemônicos da heterossexualidade eram capazes de chamar mais a atenção dos outros rapazes. Atenção à própria imagem que também é alvo de André Luiz⁷ (29 anos, gay), jornalista da Paraíba, e um dos meus entrevistados. Suas fotos do perfil precisavam ser testadas antes em uma outra rede social, o Instagram, e, dependendo da aprovação, passariam para o álbum de fotos do Tinder:

Sinceramente, pouca coisas [leve em consideração na escolha das fotos]. Já tentei escrever textão e não adiantou muita coisa. Escolhi umas fotos que achei bonitas

⁷ Os nomes dos entrevistados foram escolhidos por eles mesmos.



e que tiveram boa recepção no Instagram e uma frase de música que representa o que tenho pensado nos últimos tempos. Nada muito elaborado (André Luiz).

Para Fernando (24 anos, gay), outro jornalista, desta vez pernambucano, era importante que escolhesse fotos “*com qualidade*”, visto serem importantes para “*poder ver com quem está falando*”, ressaltando que o Tinder é uma vitrine. Neste caminho, vejo o quanto há uma comercialização em torno dos corpos que ali se juntam, uma competição acirrada entre as (homos)sociabilidades a fim de despertarem o desejo do outro. Nestes aplicativos, “se o corpo exibível e mostrável tem um preço, esse preço não é apenas monetário. Esse preço é, sobretudo, visual. Paga-se, e paga-se um preço alto, para produzir um corpo exibível” (Vasconcelos; Zago, 2015, p. 224). Há um reforço na visibilidade imagética do Tinder que faz com que o investimento nas imagens (e em sua qualidade) seja parte da dinâmica do aplicativo. Quem resolver fugir destes enredamentos corre o risco de ganhar menos *matches* na corrida pela atenção do outro e menos *matches* significa menos encontros, menos sexo, menos possibilidades de esbarrar com o amor. Uma queda na cotação afetiva do mundo (homos)sexual.

Seguindo Byung Chul-Han (2019), vivemos em uma sociedade que busca apagar as rugas da negatividade em prol de uma positividade calcada em polidez e lisura na estética. O retorno se dá em *likes*, curtidas imediatas e afastamento do belo que, para Han, não tem a ver com o atendimento das exigências do padrão, mas com o mistério, com a diferença, com o velamento da coisa em si. Ao testar suas fotos no Instagram antes de ir para o Tinder, André Luiz está procurando justamente polir a sua imagem, afiná-la, para que na selva virtual do aplicativo tenha mais sucesso. Para Han (2019, p. 41, grifo do autor), “o belo digital forma um *espaço liso do mesmo* que não admite estranheza, nem *alteridade*”, sendo hábil na produção da homogeneidade, do mesmo que se replica abolindo a diferença.

Vejo aí, nesta busca da perfeição da imagem para bons resultados, uma espécie de matemática do belo, pedagogias que governam as condutas e que “nos orientam e nos ensinam sobre comportamentos e modos de ser online” (Silva Junior; Félix; Couto, 2020, p. 05). Nas dinâmicas do aplicativo, “[...] as construções de eficiência, beleza, juventude e gozo fazem parte da maximização de si, são estimuladas em toda parte e intimamente estão vinculadas às sexualidades em rede” (Idem), o que sugere aprendizagens e o “[...] caráter pedagógico da vida social contemporânea” (Andrade, 2016, p. 72).

Por fracassos e sucessos na composição dos perfis no Tinder, lições são aprendidas, especialmente na intenção de capturar com uma velocidade ainda maior o olhar do outro. Para tanto, é importante se atentar ao estímulo-affectum, uma estilização da imagem de si com base em experiências anteriores sempre na vontade de captar com mais intensidade o olhar do outro, na tentativa de furar a velocidade das dinâmicas do aplicativo (Silva Junior, 2020). Ou seja, através do Tinder, esta pedagogia carregada de estímulos-affectum, aqueles homens aprendem como modificar a si mesmos, como transformar sua própria performance, para alcançar bons resultados. Uma lógica capitalista das relações que denuncia que “ao mesmo tempo que essas plataformas ampliam o número de parceiros em potencial, elas também obrigam o usuário a se apresentar e, especialmente, se constituir como desejável” (Miskolci, 2017, p. 221).

Procuro diversificar as minhas fotos tentando trazer o que acho ter de melhor. Dou uma pincelada em cada parte da minha vida. Tem foto viajando de férias, tem foto em aula de campo, tem foto cantando, tem foto na praia, tem foto sorrindo que eh algo que eu AMO. Eu sou louco pelo meu sorriso, então se eu tenho alguma arma pra chamar a atenção eh meu sorriso. Tanto que a minha foto de entrada eh sorrindo bem do jeito que eu gosto e costume fazer e normalmente os rapazes comentam justamente essa foto dizendo que sentiram algo bom ao ver minha foto sorrido (Lucas).

Lucas nos mostra que suas experiências anteriores no Tinder o fizeram perceber partes do seu corpo que são mais valorizadas, como o sorriso, pois “os próprios corpos têm uma história de continuidades e descontinuidades que os engendram da maneira como hoje os experimentamos e como hoje os investimos de sentido” (Zago, 2009, p. 11). Percebo aí estilizações de si que aproximam este debate do efetuado por Francisco Ortega (2005) a partir das contribuições do filósofo francês Michel Foucault. Ao contrário da estilização de si dos gregos que operava uma subjetivação de resistência por meio da relação consigo, a bio-ascese contemporânea não investe nas virtudes, mas na normatização do corpo, pois “a vontade não está a serviço da liberdade, é uma vontade ressentida, serva da ciência, da causalidade, da necessidade, que constrange a liberdade de criação e elimina a espontaneidade” (Ortega, 2005, p. 144). Ao se modificarem para atrair o olhar do outro, os usuários do Tinder moldam suas subjetividades, aprendem novas formas de interação através de sua performance, na tentativa de atender as normas a respeito de adereços, vestimentas, posturas, etc.

Camozzato (2012, p. 36) nos diz que “a pedagogia procura responder às exigências que cada tempo coloca para a produção de tipos de sujeitos que lhes correspondam levando adiante o mundo em que vivem, adaptando-se a ele”. No mercado afetivo-sexual do Tinder, onde as pedagogias de estímulo-affectum superabundam na captura rápida do interesse do outro, somos vários a depender das transformações do que se entende por atrativo. Tudo isto nos mostra a fantasia de identidades unificadas e expressão de um “eu” interior, mas que, ao invés disso, há múltiplos sistemas de significação com o qual podemos nos identificar, nem que seja de forma provisória (Hall, 2019). Na sociedade pós-moderna, com suas verdades cambiantes, mutáveis e transitórias, há saberes que circulam também sobre a beleza, sobre os corpos aceitáveis, uma produção discursiva que “é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (Foucault, 2004, p. 08-09).

Penso que nesta bio-ascese contemporânea, a pedagogia do estímulo-affectum é recorrente nestes aplicativos de paquera. Este estímulo, “é nutrido pelas aprendizagens cotidianas de sucesso ou insucesso nas redes sociais e em outros suportes imagéticos, delineando-se como prática cultural de (re)produção contínua de si visando a captura instantânea dos desejos de outros” (Silva Junior, 2020, p. 127-128). Esta pedagogia é a estilização da existência pós-moderna que se delicia, se lambuza, da velocidade das informações, das piscadelas, do prazer, da vontade passageira, das subjetividades mercantilizadas. Para Han (2019, p. 59), “o meio digital é um *meio de afeto*. Afetos são mais rápidos do que sentimentos ou discursos. Eles aceleram a comunicação [...] o *affectum grita e excita*. Produz apenas exaltação e estímulo sem palavras que provocam uma curtida imediata” (grifos do autor). Para afetar é preciso narrar bem a si mesmo, escolher bem suas fotos para atender um certo padrão de beleza, caso não queira sofrer as agruras da não-normalização, como nos conta Luan (24 anos, bissexual):

Não [me sinto melhor comigo mesmo no Tinder], porque é um aplicativo que você é julgado em 90% pela aparência e perfil de homens sarados, brancos e barbudos são os que mais são aceitos. Fora que eu tenho uma exigência de colocar minhas melhores fotos. Fotos de melhores qualidades, as fotos onde eu achava que eu estava em bons ângulos e que mostrasse um pouco de quem sou. Uma tocando violino, outra em festa e coisas do tipo. A descrição eu escolho coisas curtas. Digo minha profissão, o que gosto e anseios. Algo prático e direto (Luan).

A fala de Luan nos mostra certas aprendizagens neste mundo dos aplicativos de paquera⁸. Por aprendizagem, compreendo processos de incorporação de algo externo que altera percepções, relações consigo e com o outro, ou seja, uma acomodação interna de entendimentos novos (Camozzato, 2017). Luan aprendeu que homens negros, como ele, têm pouco espaço no Tinder. Nos territórios virtuais deste aplicativo, o padrão de beleza – macho, barbudo, branco, malhado – sobressai com força, reforçando estereótipos do que seria belo e, ao mesmo tempo, denunciando os corpos rejeitados nas (homos)sociabilidades. Temos aí mais uma manifestação da pedagogia do estímulo-affectum, pois as frases curtas e diretas servem para alcançar os usuários que navegam velozmente no aplicativo. Nestas interações, “o usuário prefere se banhar na fluidez de uma navegação sem fim, em vez de parar em uma foto para processá-la analiticamente, ou seja, para interromper sua jornada, sempre motivada pela esperança de um encontro mais singular por vir” (Galligo, 2017, p. 169).

Esta centralidade na imagem também é destacada pela configuração do próprio aplicativo. Há uma funcionalidade chamada *Smart Photos* (“Fotos Inteligentes” na tradução livre) que pode ser ativada no perfil do usuário cadastrado fazendo com que o Tinder teste constantemente as fotos inseridas no álbum, colocando-as em destaque no perfil da pessoa e, por meio dos algoritmos, selecionar a melhor. Outras dicas também surgem na interação com o aplicativo, como uma que diz: “*um sorriso chama atenção*”. Mais uma vez vemos uma força pedagógica no Tinder, a inserção do aplicativos em lugares de aprendizagens que operam como “[...] dobradiças pedagógicas sobre as quais as realidades externas se voltam e se estendem aos nossos sentidos internos da realidade”, conforme Ellsworth (2005, p. 51), “aqueles espaços de diferença entre o eu e o outro que internalizamos e tornamos necessários para nossos sentidos pessoais de eu e identidade”. Ressalto que não estou argumentando que o Tinder é espaço exclusivo de produção destas subjetividades que performam a si por meio das imagens, mas que ele adentra nesta rede de discursos que reforça aprendizagens, reconecta, reitera, a partir de elementos de grande captura como o amor, o desejo, a paixão, o tesão...

Hoje em dia com o excesso de imagens, de informação, de tecnologia, os aplicativos – eu acho – não estão funcionando mais, pelo menos pra mim, que a galera passa o dia todinho pedindo foto, pedindo não sei o que, pedindo mais

⁸ Em outros aplicativos, como o Grindr, mais voltado ao sexo rápido entre gays e bissexuais (além de heterossexuais em busca de vivências homoafetivas), os mesmos usuários do Tinder modificam a sua interação, a forma como se apresentam, mostrando como lugares diferentes pressupõem novas aprendizagens, novos modos de se colocar no mundo.

foto, pedindo local, pede tudo e no final não rola porra nenhuma, tá ligado? Aí é lasca isso... continua nessa fissura de conhecer alguém, de, enfim, aí vai lá pros bares, vai lá pra boate. E nisso, a galera é tudo fazendo carão, o povo nada a ver, enfim, eu sou bastante exigente (Oriol, 31 anos, gay).

A fala de Oriol nos traz alguns elementos interessantes. O primeiro é que excesso de informações não pressupõe uma experiência, pois, de fato, “nunca se passaram tantas coisas [em nossa vida], mas a experiência é cada vez mais rara” e “uma sociedade constituída sob o signo da informação é uma sociedade na qual a experiência é impossível” (Larrosa, 2002, p. 21). As imagens, por mais variadas que sejam no aplicativo, não garantem uma experiência, mas um desfrute provisório que tem marcas da pós-modernidade e sua incansável busca pela novidade. Em segundo lugar, Oriol também nos diz que o carão, ou deboche, olhar esnobe – gíria utilizada no mundo gay – é comum tanto no aplicativo como também na vida social das boates, etc. Ou seja, a pedagogia que produz gênero e sexualidade na vida para além dos aplicativos, também reforça estas vivências nas territorialidades virtuais. Tanto o Tinder, como os outros espaços (homos)sociais, é um sistema que privilegia a homogeneidade, representações do mesmo que se expressam através das imagens de si mesmo (Silva Junior, 2020).

Há uma supervalorização imagética no/do aplicativo que é uma reiteração de uma norma social hegemônica de centralização da performance. Estas aprendizagens de estilização de si mesmo são fruto de pedagogias culturais que geram “múltiplos discursos e sensações, relações de poder e novos mecanismos de controle, oriundos de distintas fontes e ambientes digitais que se voltam diretamente para os corpos, os gêneros e as sexualidades” (Silva Junior; Félix, Couto, 2020, p. 05). Nesta pedagogias, portanto, ocupamos posições de sujeito por meio dos discursos e colocamos em operação certas técnicas e procedimentos para a produção de nós mesmos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vimos, portanto, através das falas de alguns usuários do Tinder trazidos neste artigo, o quanto determinadas subjetividades são (re)produzidas nas inúmeras pedagogias culturais que se espalham no contemporâneo pós-moderno, espaço de proliferação de identidades fluidas, contingentes e provisórias. O Tinder, como aplicativo virtual de paquera, centra suas atenções nos desejos, nos afetos, na busca pelo amor, sendo um território de aprendizagens que dizem respeito

também à estilização de si, a uma performance desenhada milimetricamente para atrair as atenções do outro.

A pedagogia do estímulo-affectum ganha corpo no Tinder na medida em que os homens que ali se aventuram na busca por encontros amorosos e/ou sexuais produzem a si mesmos – roupas, poses, corpos, cenários, etc. – na intenção de, perante a velocidade das informações e dos múltiplos perfis que passeiam fugazmente, conseguirem se destacar na multidão, alcançando o sucesso dos *matches* e fugindo da derrocada no mercado de afetos e prazeres do aplicativo. O Tinder se une a uma série de pedagogias culturais do nosso tempo que falam de negociação de sentidos, relação entre saber e poder, processos de produção de significados que tratam de representações dominantes e codificações de mundo (Steinberg, 1997).

Uma das lições do Tinder⁹ (*Aprendendo a se exibir*), portanto, é que os usuários precisam gerenciar suas performances em rede para obter sucesso. Nesta lição, há modos, baseados em um mercantilismo, dos homens construir sua imagem, processos de subjetivação que são frutos de experiências no cotidiano do Tinder. A edição das imagens, os filtros, as cores, são mecanismos ou funcionalidades que atendem aos interesses de uma bio-ascese voltada para a normatização dos corpos. Nesta guerra de desejos, a aceitação se dá pelo atendimento das expectativas do outro, em geral, a partir de um padrão (branco, macho, heterossexual, corpo talhado nas academias). A pedagogia cultural do Tinder, pois, é parte de uma engrenagem maior na pós-modernidade, fruto do excesso de informações, desta vez traduzida em imagens, e que se afasta da experiência produzida pela diferença, pela variação, pela não-mesmidade.

REFERÊNCIAS

ALVES, Filipe. Fã-ativismo e o engajamento dos fandoms em eventos de protestos. **Cadernos Cajuína**, v. 8, n. 3, 2023. Disponível em: <https://v3.cadernoscajuina.pro.br/index.php/revista/article/view/105>. Acesso em: 31 mai. 2023.

ANDRADE, Paula Deporte de. **Pedagogias culturais** – uma cartografia das (re)invenções do conceito. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2016.

BARTHES, Roland. **A câmara clara**: nota sobre a fotografia. Lisboa: Edições 70, 2012.

⁹ As duas outras lições “aprendendo a amar” e “aprendendo a ser homem” podem ser conferidas em Silva Junior (2020).

BAUMAN, Zygmunt; LEONCINI, Thomas. **Nascidos em tempos líquidos**: transformações no terceiro milênio. Tradução de Joana Angélica D'Ávila Melo. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

BRITTO, Rovilson Robbi. **Cibercultura**: Sob o olhar dos Estudos Culturais. São Paulo: Paulinas, 2009.

CAMOZZATO, Viviane Castro. **Da pedagogia às pedagogias** – formas, ênfases e transformações. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012

CAMOZZATO, Viviane Castro. Aprender por intermédio de discursos e imagens corporais: tensões contemporâneas. **Momento: diálogos em educação**, v. 26, n. 2, p. 7-24, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/momento/article/view/7361>. Acesso em: 16 abr. 2023.

CAMOZZATO, Viviane Castro. Sociedade pedagógica e as transformações nos espaços-tempos do ensinar e do aprender. **Em aberto**, Brasília, v. 31, n. 101, p. 107-119, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://emaberto.inep.gov.br/ojs3/index.php/emaberto/article/view/3232/2967>. Acesso em: 16 abr. 2023.

COUTO, Edvaldo de Souza. Educação e redes sociais digitais: privacidade, intimidade inventada e incitação à visibilidade. **Em aberto**, Brasília v. 28, n. 94, p. 51-61, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://emaberto.inep.gov.br/ojs3/index.php/emaberto/article/view/3052>. Acesso em: 30 mai. 2023.

CRESWELL, John W. **Educational research**: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research. 4. ed. Fourth Edition, 2011.

DUQUE, Tiago; PELÚCIO, Larissa. Homossexualidades, estigmas e o discurso preventivo DST/Aids no Brasil ou como os gays deixaram de ser homens que fazem sexo com homens. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 9., **Anais...** Florianópolis, 2010, p. 1-11. Disponível em: https://www.fg2010.wvc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1278094259_ARQUIVO_ST47-Duque_Pelucio-Gays.HSH.pdf. Acesso em: 30 mai. 2022.

ELLSWORTH, Elizabeth. **Places of learning**: media, architecture, pedagogy. New York: Routledge, 2005.

FÉLIX, Jeane. Entrevistas on-line ou algumas pistas de como utilizar bate-papos virtuais em pesquisas na educação e na saúde. In: MEYER, Dagmar Estermann; PARAÍSO, Marlucey Alves (Orgs.). **Metodologias de pesquisas pós-críticas em educação**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2012. p. 133-152.

FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de; FONTOURA, Marina Burdman. Práticas de leitura e centralidade das imagens. **ANIMUS – Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v.



20, n. 42, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/44296>. Acesso em: 14 fev. 2023.

FRIDMAN, Luis Carlos. Pós-modernidade: sociedade da imagem e sociedade do conhecimento. **História, Ciências, Saúde — Manguinhos**, v. VI, n. 2, p. 353-75, jul./out. 1999. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/hcsm/a/GNpJ9XHWjwTbptcB9BXzqB/>. Acesso em: 02 jan. 2023.

GALLIGO, Igor. Tinder: illusion esthétique d'un inattendu amoureux. **La Deleuziana – online Journal of Philosophy**, n. 6, 2017, p. 158-171. Disponível em: https://www.ladeleuziana.org/wp-content/uploads/2018/01/Deleuziana6_158-171_Galligo.pdf. Acesso em: 01 jan. 2020.

GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008, p. 03-21.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos V – Ética, sexualidade e política**. Tradução de Elisa Monteiro e Inês Autran Dourado Barbosa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

RAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 12 ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

HAN, Byung-Chul. **A salvação do belo**. Tradução de Gabriel Salvi Philipson. Petrópolis, RJ: Vozes, 2019.

JUNGBLUT, Airton Luiz. A heterogenia do mundo on-line: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 97-121, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/dk7PQz7xCPEFXHWNPBwYNPTR/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 01 jan. 2020.

LARROSA, Jorge. Notas sobre a experiência e o saber da experiência. **Revista Brasileira de Educação**, n. 19, jan./abr., p. 20-28, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/Ycc5QDzZKcYVspCNspZVDxC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 31 jul. 2022.

MATTOS, Carmem Lúcia Guimarães de. Estudos etnográficos da educação: uma revisão de tendências no Brasil. In: MATTOS, Carmem Lúcia Guimarães de; CASTRO, Paula Almeida de. (Orgs.). **Etnografia e educação: conceitos e usos** [online]. Campina Grande: EDUEPB, p. 25-48, 2011. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/8fctr>. Acesso em: 03 jul. 2019.

MILLER, Daniel; SLATER, Don. Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 10, n. 21, p. 41-65, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/byXgK3hjvpRs4snhb8MSbGy/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 30 nov. 2019.



MISKOLCI, Richard. **Desejos digitais**: uma análise sociológica da busca por parceiros on-line. 1 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

MITCHELL, W. J. T. O que as imagens realmente querem. In: ALLOA, Emanuel (Org). **Pensar a imagem**. Rio de Janeiro: Autêntica, 2015.

MORAES, Ana Luiza Coiro. A análise cultural: um método de procedimentos em pesquisas. **Questões transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 4, n. 7, p. 28-36, jan./jun. 2016. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/12490>. Acesso em: 30 nov. 2019.

NASCIMENTO, Pedro. Beber como homem: dilemas e armadilhas em etnografias sobre gênero e masculinidades. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 31, n. 90, p. 57-71, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/3RqW3pb3prHPkMGPwKB3BQH/?format=pdf>. Acesso em: 02 jan. 2020.

ORTEGA, Francisco. Da ascese à bio-ascese ou do corpo submetido à submissão ao corpo. In: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luiz B. Lacerda; VEIGA-NETO, Alfredo. **Imagens de Foucault e Deleuze**: ressonâncias nietzschianas. Rio de Janeiro: DP & A, 2005, p. 139-173.

PETERS, Michel. **Pós-estruturalismo e filosofia da diferença**: uma introdução. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

POLIVANOV, Beatriz. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicação dos conceitos. **Esferas**, n. 3, p. 61-71, jul./dez. 2013. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/4621>. Acesso em: 02 jan. 2020.

SABAT, Ruth. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. **Estudos Feministas**, Santa Catarina, n. 09, n. 01, p. 09-21, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/hqknn4NtLrGpyGQMB8p7ByB/>. Acesso em: 01 jul. 2019.

SIBILIA, Paula. La vida es una red social. In: **Pausa**, 2017. Disponível em: www.pausa.com.ar/2017/08/la-vida-es-una-red-social/. Acesso em: 10 jun. 2020.

SILVA JUNIOR, Alcidesio Oliveira da. **“Deu match no Tinder!”**: aplicativo virtual de paquera como pedagogia cultural. Dissertação (Mestrado em Educação) – Centro de Educação, Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2020.

SILVA JUNIOR, Alcidesio Oliveira da. Etnografia virtual (pós-moderna) em sociabilidades gays: possibilidades metodológicas. **Polêmica**, v. 21, n. 3, p. 025-046, set./dez. 2021. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/polemica/article/view/72313>. Acesso em: 02 jan. 2023.

SILVA JUNIOR, Alcidesio Oliveira da; FÉLIX, Jeane; COUTO, Edvaldo Souza. Amor, sexo e distância física: pedagogias do webnamoro na pandemia da Covid-19. **Revista Educação em**

Questão, Natal, v. 58, n. 58, p. 1-25, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/educacaoemquestao/article/view/21741>. Acesso em: 31 jan. 2023.

SILVA JUNIOR, Alcidesio Oliveira da. Currículo Girl Power: Spice Girls e a representação da(s) mulhere(s). **LUMINA**, Juiz de Fora, PPGCOM – UFJF, v. 17, n. 1, p. 161-178, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/34901>. Acesso em: 30 jun. 2023.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **O currículo como fetiche**: a poética e a política do texto curricular. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

SILVEIRA, Catharina da Cunha; MEYER, Dagmar Elisabeth Estermann; FÉLIX, Jeane. A generificação da intersectorialidade no Programa Saúde na Escola. **Rev. Bras. Estud. Pedagog.**, Brasília, v. 100, n. 255, p. 423-442, maio/ago. 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbeped/a/QsFK3V7H56XL7rBKK7RcRsf/?lang=pt>. Acesso em: 16 abr. 2020.

SONTAG, Susan. O mundo-imagem. In: **Sobre fotografia: ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 1977. Disponível em: <http://www.mobilizadores.org.br/wpcontent/uploads/2016/09/Sobre-fotografia-Susan-Sontag.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2020.

STEINBERG, Shirley. Kindercultura: A construção da infância pelas grandes corporações. In: SILVA, L. H.; AZEVEDO, J. C.; SANTOS, E. S. **Identidade social e a construção do conhecimento**. Porto Alegre: Ed. SMED, 1997. p. 98-145.

TADDEI, Angela. Sobre a escrita etnográfica. **Aurora**, Marília, v. 5, p. 103-118, 2012. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/aurora/article/view/2367>. Acesso em: 02 mai. 2020.

VASCONCELOS, Michele de Freitas; ZAGO, Luiz Felipe. Mercado da/de carnes: corpos imprevistos na biopolítica. **Fractal: Revista de Psicologia**, v. 27, n. 3, p. 219-227, set./dez. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/fractal/a/YFrXQLPVNNM7q9JrQQBr4gQ/?lang=pt>. Acesso em: 10 jan. 2020.

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

WORTMANN, Maria Lúcia Castagna. O uso do termo representação na Educação em Ciências e nos Estudos Culturais. **Pro-Posições**, v. 12, n. 1, p.151-161, 2001. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/proposic/article/view/8644018>. Acesso em: 16 jul. 2021.

