

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

Daniel da Silva Stack

**A REGULAÇÃO DO SEXO E GÊNERO NA ERA DIGITAL: UMA
CONTRIBUIÇÃO DA BIBLIOGRAFIA BRASILEIRA A RESPEITO DE
APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO**

Santa Maria, RS
2023

Daniel da Silva Stack

**A REGULAÇÃO DO SEXO E GÊNERO NA ERA DIGITAL: UMA
CONTRIBUIÇÃO DA BIBLIOGRAFIA BRASILEIRA A RESPEITO DE
APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO**

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Ciências Sociais, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do título de **Bacharel em Ciências Sociais**.

Orientadora: Prof^ª Dr. Fernando Figueiredo Balieiro

Santa Maria, RS
2023

AGRADECIMENTOS

Há muitas pessoas especiais que fizeram parte de toda minha trajetória acadêmica, primeiramente gostaria de agradecer a minha família pelo apoio imensurável que obtive durante todo o trajeto. A Jandira, minha maravilhosa mãe, obrigado por seu trabalho incessante para que as coisas sempre se ajeitassem para mim.

Gostaria de agradecer a Carol, Dayana e Dionatas pelos momentos de escuta, por me auxiliarem a passar a fase mais obscura de minha vida até o momento, sempre estarei aqui para vocês.

A Danieli, Luana e Renata agradeço por serem a válvula de escape para reclamar nos momentos em que estamos mais sufocados, nosso grupo “Chorando as pitangas” tem um nome muito apropriado. Apesar da distância nossa amizade continua inabalada e desejo sempre o melhor para vocês.

A Carla, Renata, Teresa e Cristiano agradeço por todo o acolhimento e suporte que recebi, vocês são pessoas maravilhosas e tive muita sorte de tê-los na minha vida.

Ao meu orientador, professor Fernando, obrigado por me acompanhar nessa jornada, por ter me orientado no mestrado e novamente nesse momento. Agradeço pela disposição e reconhecimento de todo meu esforço durante esses três anos de orientação.

A professora Jurema eu agradeço pela escuta e preocupação durante todo esse ano, pelo suporte na seleção de doutorado e apoio durante todo o momento de desenvolvimento das atividades que tive com a RITHAL.

As ilustres Cotiretes do Kobrasol eu agradeço por um momento muito grande de transformação pessoal, por me ensinarem a me preocupar mais com os outros, por terem me mostrado um acolhimento e gentileza muito grande. Ainda que nosso tempo de convivência tenha sido curto, sou grato por criar laços com pessoas que quero levar para vida, agradeço por tudo.

Aos meus mentores espirituais agradeço por toda a direção, ensinamento e amparo durante toda a minha trajetória pessoal e acadêmica. A Amelie por ser a gatinha mais linda do mundo e meu suporte emocional nos últimos tempos.

Agradeço a UFSM, ao CCSH e ao curso de Ciências Sociais por serem minha casa por todos esses sete anos.

RESUMO

A REGULAÇÃO DO SEXO E GÊNERO NA ERA DIGITAL: UMA CONTRIBUIÇÃO DA BIBLIOGRAFIA BRASILEIRA A RESPEITO DE APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO

AUTOR: DANIEL DA SILVA STACK

ORIENTADOR: FERNANDO FIGUEIREDO BALIEIRO

O objetivo deste artigo é realizar uma revisão bibliográfica sobre aplicativos de relacionamento, para isso, considera-se a centralidade do trabalho da Eva Illouz, que investiga as relações afetivas cruzando temas como amor, capitalismo e tecnologias móveis. Em conjunto será analisada a bibliografia brasileira dedicada ao tema, foram selecionadas as obras de Richard Miskolci (2017), Larissa Pelúcio (2017) e Lígia Baruch de Figueiredo (2016) para analisar de maneira comparativa as transformações sociais no campo afetivo. As obras selecionadas se destacam pela afinidade com o tema e por estabelecerem um diálogo entre si, utilizando discussões sobre o digital já consolidadas no campo. Os avanços tecnológicos e o surgimento da internet impactaram a construção das relações afetivas, Illouz (2011) afirma que a partir da década de oitenta se passou a produzir uma linguagem especializada para as relações afetivas que foi incorporada dentro de segmentos comerciais como livros de autoajuda, programas destinados a resolver problemas amorosos, revistas que ensinavam dicas para construir relações afetivas entre outros. O surgimento desse nicho de produtos tornou o investimento nesse setor extremamente lucrativo com o passar dos anos, a autora percebe a afetividade como um campo de disputas entre segmentos comerciais, acadêmicos, vinculados à saúde, a farmacologia e a pornografia. Com a ascensão de sites e aplicativos de relacionamento, as relações afetivas se alteraram e passaram a incorporar uma ótica de mercado, resultando no que Illouz (2011) denomina de capitalismo afetivo. A nova economia do desejo é um conceito desenvolvido por Richard Miskolci (2014) que expõe as mudanças na construção das relações onde o sexo, afeto e o amor estão relacionados as transformações sócio-tecnicas que estabelecem uma nova geografia para os encontros afetivos e sexuais, marcada pelo sexo anônimo e sem compromisso. Ao analisar a construção das relações afetivas se sobressai aspectos que definem a busca sexual, sendo possível visualizar a construção de um capital sexual dominante, onde os usuários que estão mais próximos desse ideal são mais desejados dentro desse segmento, em contrapartida, os sujeitos que se distanciam desse modelo enfrentam uma escassez e frustração na constituição das relações online o que expõe como o mercado dos afetos é desigual.

Palavras-chave: Amor. Mídias Digitais. Nova economia do desejo. Aplicativos.

ABSTRACT

THE REGULATION OF SEX AND GENDER IN THE DIGITAL AGE: A CONTRIBUTION OF THE BRAZILIAN BIBLIOGRAPHY REGARDING RELATIONSHIP APPLICATIONS

AUTHOR: DANIEL DA SILVA STACK
ADVISOR: FERNANDO FIGUEIREDO BALIEIRO

The purpose of this article is to carry out a bibliographical review on relationship apps, for this, it is considered the centrality of Eva Illouz's work, which investigates affective relationships crossing themes such as love, capitalism and mobile technologies. Together, the Brazilian bibliography dedicated to the subject will be analyzed, the works of Richard Miskolci (2017), Larissa Pelúcio (2017) and Lígia Baruch de Figueiredo (2016) were selected to comparatively analyze the social transformations in the affective field. The selected works stand out for their affinity with the theme and for establishing a dialogue with each other, using discussions about the digital already consolidated in the field. Technological advances and the emergence of the internet impacted the construction of affective relationships, Illouz (2011) states that from the eighties onwards, a specialized language for affective relationships began to be produced that was incorporated into commercial segments such as self-help books, programs aimed at solving love problems, magazines that taught tips to build affective relationships, among others. The emergence of this niche of products made investment in this sector extremely profitable over the years, the author perceives affectivity as a field of disputes between commercial, academic, health, pharmacology and pornography sectors. With the rise of dating sites and apps, affective relationships have changed and started to incorporate a market perspective, resulting in what Illouz (2011) calls affective capitalism. The new economy of desire is a concept developed by Richard Miskolci (2014) that exposes the changes in the construction of relationships where sex, affection and love are related to sociotechnical transformations that establish a new geography for affective and sexual encounters, marked by the Anonymous, no-strings-attached sex. When analyzing the construction of affective relationships, aspects that define the sexual search stand out, making it possible to visualize the construction of a dominant sexual capital, where users who are closer to this ideal are more desired within this segment, on the other hand, the subjects who distance themselves from this model face scarcity and frustration in the constitution of online relationships, which exposes how unequal the affection market is.

Keywords: Love. Digital Media. New economy of desire. Apps.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 AS TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS A PARTIR DA TECNOLOGIA	8
2.1 Um campo de estudos sobre o digital	15
2.2 As transformações nas relações amorosas a partir da tecnologia	21
3 A REGULAÇÃO DO SEXO E GÊNERO NA ERA DIGITAL: ESTUDOS SOBRE APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO NO BRASIL	28
3.1 Gênero e sexualidade em aplicativos para relacionamento	32
3.2 A nova economia do desejo: desigualdades na busca afetiva-sexual	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

1 INTRODUÇÃO

As inovações tecnológicas conjuntamente com o surgimento da internet impactaram de diferentes formas as estruturas sociais. Atualmente podemos afirmar que existe uma *cultura da conectividade* (VAN DIJCK, 2016), onde a tecnologia está cada vez mais imbricada com a vida cotidiana. A bibliografia internacional a respeito das transformações culturais, econômicas, políticas e tecnológicas consolidou um campo de estudos destinado a investigação sociológica e antropológica do digital. No Brasil, pesquisas acadêmicas se debruçaram a compreender as transformações culturais que surgiram em conjunto com o desenvolvimento tecnológico. Dessa maneira considero como objetivo do artigo analisar a contribuição da bibliografia brasileira a respeito de aplicativos de relacionamentos, buscando identificar semelhanças e diferenças com a literatura internacional.

O interesse pelo tema surgiu a partir de inquietações resultantes de minha pesquisa anterior sobre homossexualidades entre usuários do Grindr na região de Santa Maria - RS (STACK, 2022). A partir de conversas estabelecidas com os usuários ficou evidente a maneira como constituem suas relações através de aplicativos, ressaltando aspectos centrais do *capitalismo afetivo* (ILLOUZ, 2011), porém, a partir do contexto analisado pude identificar particularidades e diferenças significativas com pesquisas internacionais e produzidas em outros contextos do Brasil. A presença da cultura gaúcha, o espaço geográfico caracterizado como interior e as relações de proximidade entre família e vizinhança foram sinalizados pelos interlocutores como produtores de suas experiências, apresentação e interação no aplicativo.

A partir desses achados de pesquisa busco realizar uma revisão bibliográfica acerca do tema com ênfase em produções brasileiras sobre aplicativos de relacionamento. A revisão bibliográfica é uma metodologia complexa que pode envolver análises qualitativas e quantitativas, para a pesquisa utilizo a revisão narrativa. Viviana Martinovich (2022) sistematiza a revisão bibliográfica com diferentes ênfases, sendo a (1) ênfase na síntese qualitativa, (2) contraste com a revisão sistematizada quantitativa, (3) contraste com a metanálise, (4) investigações quantitativas e qualitativas. Ao construir a pesquisa identifiquei que se trata de uma ênfase qualitativa, a qual possibilita uma síntese temática da narrativa e uma interpretação crítica a medida que possibilita tecer um diálogo crítico entre a bibliografia nacional e internacional.

As pesquisas que embasam o artigo foram realizadas em diferentes áreas como psicologia, sociologia, antropologia e educação, são estudos que emergiram a partir da década de noventa em conjunto com as transformações tecnológicas e surgimento da internet comercial. A bibliografia brasileira selecionada para discutir as transformações do campo afetivo no contexto brasileiro foram desenvolvidas no estado de São Paulo (SP), com data de publicação entre os anos de 2016-2017. Esses trabalhos enfocam mudanças sociais no campo afetivo para diferentes sujeitos como homens heterossexuais, homens com desejos homoeróticos¹, homossexuais e mulheres heterossexuais que apresentam marcadores sociais distintos como raça, classe e geração.

No próximo capítulo descrevo as transformações sociais que surgiram com o desenvolvimento tecnológico, para isso utilizo de autores referência na consolidação da Sociologia e Antropologia Digital como disciplina e área de pesquisa, conjuntamente problematizo os interesses corporativos e os mecanismos que se mostram invisíveis nas interações online, mas são definidoras no modo como interagimos. O surgimento da internet e tecnologia fez emergir um novo campo de pesquisa destinado a compreender como incorporamos a tecnologia no cotidiano e com isso modificamos a estrutura social. Por último, a partir da intensificação de usos de sites e aplicativos para relacionamento, discuto as transformações na esfera afetiva a partir das obras da socióloga marroquina Eva Illouz, a qual investigou a construção de uma nova cultura afetiva a partir do capitalismo.

Posteriormente, utilizo de obras em contexto brasileiro para aprofundar a discussão sobre aplicativos de relacionamentos, expondo diferenças quanto a produção internacional sobre sexo, gênero e o digital. Os textos selecionados dialogam entre si sobre as mudanças na afetividade contemporânea, para isso, gênero é uma categoria central de análise para definir as experiências em rede. Por último, discuto acerca da nova economia do desejo e a maneira como impactam os sujeitos nas pesquisas selecionadas. A nova economia do desejo corresponde a uma aceleração das interações afetivas e sexuais, onde a construção de relações é colocada em segundo plano frente a exigências pessoais e profissionais, apresenta o afeto,

¹ Richard Miskolci (2017) entrevistou homens que não se reconheciam enquanto homossexuais ou bissexuais e utilizavam aplicativos ou salas de bate-papo na para contatos sexuais com outros homens. A identificação enquanto homossexual historicamente apresentou diversas nuances. Na obra “O que é homossexualidade” de Peter Fry e Edward Macrae (1985), haviam homens que consideravam como homossexuais somente os sujeitos que na prática sexual seria penetrado, posição associada a figura feminina, como consequência era uma atividade emasculante o que destituía esses homens de sua posição de “homem”, já o sujeito que desenvolvia o papel penetrativo no sexo honrava sua masculinidade, desempenhando o “papel de homem”.

amor e sexo a partir de uma nova estrutura económica, de trabalho e consumo (MISKOLCI, 2014).

2 AS TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS A PARTIR DA TECNOLOGIA

Os avanços tecnológicos e o advento da internet a partir da metade do século passado possibilitaram o surgimento de novas fronteiras entre a vida pessoal e a tecnologia. Alguns estudos realizados desde a década de noventa expõem a maneira como a tecnologia, conjuntamente com a cultura e o sistema econômico desenvolveram uma nova configuração social, onde a economia, política e relações interpessoais foram afetadas, essas transformações sociais possibilitaram o surgimento de um novo campo de estudos destinado a compreender a influência das tecnologias digitais na formação social.

Em “A sociedade em rede” de Manuel Castells publicada inicialmente em 1996, o autor detalha no primeiro capítulo os avanços tecnológicos e o surgimento da internet, demarcando que a centralidade da revolução tecnológica, como denomina, corresponde a aplicação de conhecimentos e informação para a “geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso” (2011, p. 69). Castells (2011) destaca como marco o surgimento da microeletrônica na década de setenta o que resultou no primeiro microprocessador, que possibilitou transformar um computador em um único chip, o que ampliou a capacidade de transmitir e processar um grande volume de informações e condensou seu tamanho, já os avanços na optoeletrônica são destacados por ele como o recurso que possibilitou o aumento de linhas de transmissão e a comunicação entre computadores.

A própria criação da internet resultou da "consequência de uma fusão singular de estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural" (CASTELLS, 2011, p. 82). O primeiro protótipo de internet, a ARPA-INTERNET em 1969, foi desenvolvida pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA) do Departamento de Defesa dos EUA, inicialmente se tratava de um protótipo para transmitir dados militares e de departamentos de pesquisa de maneira sigilosa, mantendo assim a segurança de informações do governo. A partir desse protótipo robusto novas redes surgiram como a CS-NET e a BITNET na década de oitenta, ambas utilizando a ARPA-INTERNET como sistema central de comunicação.

Em 1989 o acesso a internet havia sido disseminado para além da iniciativa militar, estavam presentes nas universidades, os não-iniciados apresentavam dificuldades em acessar o

conteúdo em rede, com a criação da “teia mundial (world wide web - WWW), que organizava o teor dos sítios da Internet por informação, e não por localização, oferecendo aos usuários um sistema fácil de pesquisa para procurar as informações desejadas” (CASTELLS, 2011, p. 88), possibilitou o surgimento do mecanismo de busca e navegação mais próximo ao que conhecemos atualmente. Em 1995 a internet foi privatizada e chegou às residências domiciliares, porém o custo do equipamento e o contrato com provedores de internet era alto, o que fez com que nesse momento inicial o acesso a internet fosse experienciado apenas por pessoas de classe alta. Com o surgimento da *web 2.0*, marcada pela criação das primeiras redes sociais, como o Orkut, houve um barateamento nos custos dos equipamentos e provedores de internet, como destaca Miskolci (2016):

A chamada Web 2.0 tornou possível o sucesso das plataformas que conhecemos como redes sociais, como o antigo Orkut e o atual Facebook. Além dessas melhoras na rede, na qualidade e velocidade, no barateamento dos equipamentos, dois outros fatores articulados e indissociáveis permitiriam que a rede alcançasse a maior parte da população brasileira em 2014: o crescimento econômico baseado na inserção das classes populares no universo do consumo, o que disseminou a telefonia celular com acesso à rede entre os mais pobres (MISKOLCI, 2016, p. 280-281).

Assim, com o passar dos anos a conexão com a internet através de computadores, notebook, e mais recentemente *smartphones*, se popularizou no mundo todo, Castells (2011) pontua que o acesso a internet e a banda larga é desigual ao redor do globo, há segmentos e fronteiras territoriais em países onde o acesso à internet não ocorre. Ainda assim, mesmo com a desigualdade de acesso de modo universal, é notório que a produção da vida cotidiana não ocorreu desvinculada de tais tecnologias.

Ao analisar as transformações culturais ocasionadas a partir do avanço tecnológico, Castells (2011) pontua que “a cultura é mediada e determinada pela comunicação [...] isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo” (p. 414). A partir dessa constatação o autor passa a analisar a maneira como a internet, a globalização e a cultura (re)configuram o social, em seu livro “O poder da comunicação” de 2009, Manuel Castells distingue a *comunicação de massas* da *comunicação interpessoal*, esta

caracterizada como uma comunicação interativa. Por outro lado, a comunicação de massas é descrita como predominantemente unidirecional, utilizada em jornais, livros, filmes, televisão e rádio; ainda que o leitor, ouvinte ou telespectador possa enviar seu feedback, este é um recurso limitado na comunicação unidirecional. Com a internet surge uma nova possibilidade de comunicação a qual ele denomina de *autocomunicação de massas*, caracterizada pela possibilidade de interação entre usuários, a potencialidade de formação de uma audiência global e ao mesmo tempo transmissão de mensagens para o transmissor.

É comunicação de massas porque potencialmente pode chegar a uma audiência global, como quando se descarrega um vídeo no Youtube, um blog, com links RRS numa série de sites, ou mensagem para uma lista enorme de contatos do correio eletrônico. Ao mesmo tempo é autocomunicação porque ela mesma gera uma mensagem, define os possíveis receptores e seleciona mensagens específicas ou o conteúdo da Web e das redes de comunicação eletrônica que deseja recuperar. As três formas de comunicação (interpessoal, comunicação de massas e autocomunicação de massas) coexistem (CASTELLS, 2015, p. 98).

Miskolci (2016) apresenta a maneira como nos encaminhamos de uma sociedade analógica para uma era digital marcada pela conectividade em rede. Os vinis, filmes fotográficos, jornais e revistas eram mídias analógicas que perderam espaço para produção de um conteúdo midiático produzido por sequência numérica (dígitos). A era digital corresponde a transformações tecnológicas e sociais, um processo histórico em consolidação de “mudança sociotécnica de uma sociedade baseada predominantemente nas relações face a face para uma em que as relações mediadas pela conectividade ganham importância mesmo que não substituam as presenciais” (p. 283).

O surgimento da internet e tecnologias digitais desenvolveu um espaço que ampliou a possibilidade de conexões, a conectividade não ocorre em um universo à parte como muitos pesquisadores analisaram o chamado *ciberespaço*. Atualmente compreende-se que as relações se apresentam em um continuum on-offline “é uma ferramenta adicional que as pessoas usam para se conectar, uma ferramenta que só pode ser entendida como profundamente embebida e influenciada pelas realidades diárias da vida corporificada (2010: 152)” (MISKOLCI, 2016, p. 284).

José Van DiJck em “A cultura da conectividade” de 2013, afirma que em um pouco mais de dez anos a socialidade se tornou moldada por plataformas, o que desenvolveu uma cultura participativa e conectada. Van Dijck (2016) utiliza da teoria do Ator-rede de Bruno Latour para estabelecer a relação entre a tecnologia e os usuários e como essa interação produz questões materiais e semióticas, nessa relação a autora reconhece a agência de humanos e não-humanos na conexão em rede. Conjuntamente, ela utiliza a teoria da economia política de Manuel Castells para analisar a maneira que conexões desenvolvidas online mesclam os interesses de grandes empresas com os usos particulares do usuário. Um exemplo, é a mudança na maneira como ocorre os anúncios em rede, ao invés de oferecerem serviços de modo único a todos os usuários como utilizados na comunicação de massas, as empresas investem na produção de anúncios personalizados que são criados a partir do uso individual.

À medida que a web 2.0 amadureceu em uma infraestrutura funcional, os usuários mudaram um número cada vez maior de suas atividades diárias para ambientes online. Estas atividades deixaram de ser apenas canalizadas através das referidas plataformas, passando a ser programadas com um objetivo específico. Esta deslocação provocou, por sua vez, uma mudança nas plataformas, que passaram de uma utilidade genérica a um serviço personalizado (VAN DIJCK, 2016, p. 21 - tradução minha).

Em um primeiro momento, a internet desperta no usuário a sensação de agência, pois as interações (curtir, publicar, compartilhar, comentar, usos de aplicativo etc.) dependem do usuário, porém, o que rege as interações online são interesses corporativos por trás dessas plataformas que buscam estratégias para que os usuários interajam nas redes, consumam e utilizem determinados produtos e aplicativos. Nessa obra, a autora analisa cinco grandes plataformas: Facebook, Twitter, Flickr, Youtube e Wikipedia. Para Van Dijck (2016) os padrões de comportamento offline se mesclam cada vez mais com as normas sociais e sociotécnicas geradas em torno do online (p. 23) o que resulta na *cultura da conectividade*. A cultura da conectividade busca evidenciar a maneira como as plataformas se converteram em forças fundamentais para a mudança social, os proprietários e usuários contribuem para essas modificações e são por consequência influenciados por elas.

Van Dijck (2016) propõe que as plataformas formam um “ecossistema de redes” sensíveis às mudanças que ocorrem no mundo cotidiano e em outras partes desse ecossistema, como ferramentas, filtros e layout disponibilizados em parte desse ecossistema. Essas mudanças apresentam diferentes dimensões, como por exemplo, o Instagram ter adicionado o recurso de “stories” a partir do sucesso do Snapchat, aplicativo que expunha por vinte e quatro horas fotos ou vídeos curtos de seus usuários. Ou ainda, mudanças vinculadas a manifestações sociais, como o fato de aplicativos de relacionamento, como o Grindr, removerem filtros por etnia após os movimentos raciais que eclodiram nos EUA após o assassinato de George Floyd².

A totalidade das plataformas constitui o que chamo de “ecossistema de mídia conectiva”, que nutre e por sua vez é alimentado por normas sociais e culturais que passam por um processo de evolução simultânea no mundo cotidiano. Cada um desses microssistemas é sensível às mudanças que ocorrem em outras partes do ecossistema: se o Facebook muda o layout de sua interface, o Google reage acionando mudanças em sua plataforma (VAN DIJCK, 2016, p. 25 - tradução minha).

Posteriormente, José Van Dijck, Thomas Poell e Martijn de Waal na obra “The Platform Society” de 2018, aprofundam a discussão sobre as plataformas indagando sobre benefícios privados e ganhos corporativos versus interesses públicos e benefícios coletivos. As plataformas não são construções neutras e sem valores, mas buscam induzir o usuário a acreditar nessa premissa. A *sociedade das plataformas* é cunhada pelos autores para expressar o controle que grandes plataformas exercem socialmente, esse segmento não reflete o social, mas sim produzem as estruturas sociais que vivemos (p. 3). A Alphabet-Google, Apple, Facebook, Amazon, e Microsoft são denominadas pelos autores de os Cinco Grandes por se tratarem de cinco empresas que dominam o cenário mundial, o fluxo de dados e são centrais para a concepção do ecossistema de redes.

Ao adentrarmos a discussão acerca das plataformas é necessária a compreensão de que “uma plataforma é alimentada por dados, automatizada e organizada através de algoritmos e

² A partir do movimento Black Lives Matter o Grindr anunciou no ano de 2020 que removeria do aplicativo o filtro de perfis por etnia. Matéria completa pode ser acessada em: <<https://www.tecmundo.com.br/software/153734-grindr-remover-filtro-separa-usuarios-etnia.htm>> Acesso em 23 Dez 2022.

interfaces, formalizada através de relações de propriedade impulsionadas por modelos de negócio, e governada através de acordos de utilização” (VAN DIJCK, POELL, de WALL, 2018, p. 9). Os autores definem dois tipos diferentes de plataformas as infra-estruturais e setoriais, as plataformas infra-estruturais controlam grande parte do fluxo em rede e de anúncio publicitários, já as plataformas setoriais oferecem determinado serviço a um nicho específico ou funcionam como uma ponte de conexão entre um fornecedor e um consumidor, como o caso do Uber, aplicativo para transporte pessoal. Distinguindo esses dois tipos de plataformas é necessário compreender que elas estabelecem relações entre si, como destacam os autores:

A distinção entre plataformas infra-estruturais e setoriais não é fixa nem definida; pelo contrário, existe uma dinâmica constante que as impulsiona no sentido da integração. Os operadores de plataformas infra-estruturais estão cada vez mais a procurar formas de alargar a sua vantagem, expandindo-se para conectores setoriais. Pense nas Google Apps para a Educação ou Google Scholar, serviços que estão intrinsecamente interligados com, e impulsionados pela, Pesquisa Google. O Apple Health Kit e o Research Kit são serviços agregadores que ligam os dados dos pacientes e dos profissionais de saúde com as plataformas infraestruturais da Apple (por exemplo, a Apple's App Store) (VAN DIJCK, POELL, de WALL, 2018, p. 17).

Como já destacado, online a publicidade é promovida de acordo com os usos individuais, para promoção de publicidade personalizada é necessário levar em consideração os dados produzidos online. O uso de dados por empresas privadas é tema da obra “A Era do Capitalismo de Vigilância: A Luta por um futuro humano na nova fronteira do poder” de Shoshana Zuboff, publicada em língua portuguesa no ano de 2021. A autora detalha a ascensão do que ela denomina de “*surveillance capitalism*” ou “capitalismo de vigilância” que utiliza como matéria-prima a produção de dados em rede que são processados por inteligência artificial resultando em um superávit comportamental, a extração de lucro a partir da venda de dados de usuários produzidos em rede. A mineração de dados, auxiliada pelo processamento de inteligência artificial, é capaz de prever comportamentos futuros, segundo a autora, resulta em um mercado de comportamento futuro, pois o que é comercializado no capitalismo de vigilância são maneiras de influenciar o comportamento em rede.

O poder instrumentário “conhece e molda o comportamento humano em prol das finalidades de terceiros” (p. 16), não sendo necessário o uso de armamento e exército, pois a arquitetura computacional e a conexão em rede exercem tal controle. Zuboff (2021) traz para o debate o escândalo do Facebook e Cambridge Analytica a qual coletou dados sem o consentimento de oitenta e sete milhões de usuários do Facebook nos Estados Unidos e os utilizou na campanha presidencial de Donald Trump em 2016. Das cinco grandes empresas que controlam o ecossistema de plataformas quatro se utilizam da exploração de dados dos usuários, o Google foi o pioneiro nesse processo seguido pelo Facebook, posteriormente Microsoft e Amazon.

O Google foi o pioneiro do capitalismo de vigilância na concepção e na prática, nos recursos inesgotáveis para pesquisa e desenvolvimento, além de pioneiro em experimentação e implementação, porém não é mais o único ator seguindo esse caminho. O capitalismo de vigilância logo se espalhou para o Facebook e depois para a Microsoft. Há provas sugerindo que a Amazon se voltou para essa direção, que é um desafio constante para a Apple, tanto como ameaça externa, como fonte de debate e conflito interno na empresa (ZUBOFF, 2021, p. 24).

No capitalismo de vigilância o consentimento dos usuários aos usos de seus dados é mascarado ou dificultado pelas empresas e aplicativos, seja por longos termos de uso que são ignorados ou passam despercebidos pela maioria dos usuários ou pela necessidade que cedam seus dados para funcionamento dos aplicativos. No Grindr, aplicativo utilizado para encontros entre homens, ao aceitar os termos de uso o usuário concorda com a mineração e fornecimento de dados que “podem estar relacionados a você, seu dispositivo e usos do aplicativo”. No centro de preferência e de consentimento o usuário pode desabilitar uma única função “permitir o uso de anunciantes de terceiros” (Allow third-party advertisers use) que seria conceder permissão a empresas terceiras de receberem informações de uso, reterem ou divulgarem esses dados para além do serviço de anúncios personalizados no aplicativo.

Dessa maneira, a superfície do ecossistema de plataformas se projeta para os usuários como um ambiente neutro cujo objetivo seria facilitar e permitir a interação, exposição e conexão pessoal com outros usuários e serviços. Porém, ao adentrar a infraestrutura em rede é possível visualizar como é controlada e organizada a partir de interesses privados que

permeiam as interações pessoais, buscando extrair lucro das conexões em rede. Esse nível de controle e poder instrumentário é capaz de influenciar decisões políticas, econômicas e sociais, evidenciando que nosso comportamento em rede não é livre, mas estruturado a partir de interesses corporativos de plataformas.

2.1 Um campo de estudos sobre o digital

Ao passo que as mudanças tecnológicas contribuíram para a modificação da vida social emergiu um novo campo de estudos destinado a compreender o desenvolvimento tecnológico em conjunto com os novos fenômenos sociais, transformações históricas e culturais. O grande desafio dessas investigações ocorre na constante mudança e desenvolvimento do digital, o que necessita que os métodos e ferramentas de investigação estejam em constantes reformulações a fim de acompanhar as transformações sociais e tecnológicas. A partir da emergência desse campo de pesquisa pode-se compreender que o desenvolvimento tecnológico e o surgimento das tecnologias digitais não são os únicos responsáveis pela mudança social. Os autores que fundaram esse campo de pesquisa evidenciam a necessidade de fugir de um determinismo tecnológico e investigar os fenômenos sociais de maneira ampla, como veremos mais adiante, as transformações nas relações afetivas ocorreram entre o cruzamento de diversos setores: acadêmico, econômico, tecnológico etc.

Daniel Miller e Don Slater (2004) formularam pressupostos para a investigação on-line e offline através do método etnográfico, esse estudo se desenvolveu em cibercafés em Trinidad, na época de realização da pesquisa as barreiras entre o on-line e o offline eram demarcadas pela maneira como os usuários acessavam a internet, porém, a etnografia dos autores revelou que em muitos casos a separação entre o on-line e offline não eram estabelecidas ou desejáveis para alguns usuários, evidenciando o que Castells (2011) já vinha afirmando sobre o caminho que a tecnologia estava seguindo, se tornando cada vez mais presente no cotidiano.

A partir dos estudos sobre os cibercafés em Trinidad, o antropólogo Daniel Miller auxiliou a construir o campo de estudos nomeado de *Antropologia Digital*, destinado a compreender a influência da tecnologia na vida cotidiana. No artigo “O Digital e o Humano:

prospecto para uma Antropologia Digital”, Daniel Miller e Heather A. Horst (2015) tencionam pressupostos e dilemas para a antropologia digital, os autores complexificam a análise sobre o reconhecimento da materialidade do digital, revelando que o digital não é mais nem menos material que as produções que o precederam. A ideia de que somos mais mediados atualmente pela tecnologia também não pode ser sustentada, assim como, a falsa percepção do “real” em detrimento do on-line. Nesse sentido, os autores destacam que:

{...} a Antropologia Digital falha a ponto de fazer o mundo não digital parecer, em retrospectiva, sem armações e não mediado. Não somos mais mediados simplesmente porque não somos mais culturais do que éramos antes. Uma das razões dos estudos digitais terem, frequentemente, tomado um curso oposto tem sido o uso continuado do termo virtual com um contraste implícito do real. Como Boellstorff deixa claro, mundos online são simplesmente outra arena, junto dos mundos off-line, para expressar as práticas, e não há razão para privilegiar um em detrimento do outro (MILLER; HORST, 2015, p. 98).

Outra premissa falseada por Miller e Horst (2015), é a concepção ingênua de que a internet se constituiria como um espaço democrático, desvinculado da produção da vida off-line, desenvolvendo um espaço onde as desigualdades ou diferenças sociais seriam dissolvidas, alguns teóricos no início dos estudos sobre a rede acreditavam que certos padrões de comportamento desapareceriam. Essa premissa é discutida por Sherry Turkle (2011) onde afirma que os padrões de comportamento on-line são imbricados com questões morais e sociais, ao analisar o Second Life, um role playing game, ela traz uma de suas interlocutoras que afirmou que acreditava que o Second Life seria um espaço em branco para construção de si, sem problemas que assolariam o “mundo real” até que seu avatar sofre violência sexual dentro do jogo. Para além da construção do jogo, os estudos acerca de aplicativos de relacionamento evidenciam que normas sociais estão presentes e orientam as interações on-line, assunto que será aprofundado mais adiante.

Contribuindo para a construção de um campo de pesquisa do digital, Christine Hine apresenta ferramentas para investigar o digital em sua obra “Virtual Ethnography” publicada em 2000, onde desenvolveu a etnografia virtual como método para investigação de espaços on-line. Em 2015 a autora lança uma nova obra, “Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday” que complexifica sua análise inicial sobre a internet e desenvolve

melhor seu método renomeado de *etnografia para internet*, Christine Hine (2015) estabelece o conceito de “Internet 3E” (embedded, embodied and everyday), para marcar que a internet apresenta três dimensões: é incorporada, corporificada e cotidiana.

Como já mencionado, nos primeiros estudos sobre a internet, chamada na época de ciberespaço, existia uma concepção de dois mundos de oposição, o “mundo real” e o “mundo virtual”, de fato na época desses estudos o acesso à rede através da internet discada estava fixo, dependente de um computador de mesa e uma linha telefônica. Atualmente, com a popularização de smartphones e o avanço da conexão em rede, as fronteiras entre o on-line e o offline não podem ser delimitadas. Para a autora, a internet se tornou uma infra-estrutura que sustenta o que os sujeitos fazem e rege como o fazem, assim, a internet passa a se tornar um artefato cultural, espaço onde a cultura é formada e reformada.

A Internet tornou-se muitas vezes uma infra-estrutura que sustenta as coisas que as pessoas fazem, em vez de uma actividade inovadora que fazem por direito próprio. As pessoas muitas vezes falam muito mais naturalmente sobre aplicativos individuais, como Facebook, Twitter ou e-mail, do que a Internet, como tal. Como geralmente nos tornamos mais aceitando as coisas que as pessoas fazem na Internet como sendo atividades reais, socialmente significativas, o fato de que essas coisas acontecem na Internet em si se tornou menos notável. Nos primeiros dias da Internet era comum falar da Internet como um "ciberespaço", distante da experiência cotidiana (HINE, 2015, p. 8 - tradução minha).

Com a ascensão do uso dos *smartphones*, eles se tornam uma extensão da vida cotidiana, mesmo offline as interações em rede estão acontecendo e as notificações chegam a partir da conexão com a internet, que pode se tornar contínua devido às redes móveis de internet. Outra mudança significativa é o fato da mobilidade e facilidade de acesso a internet em dispositivos móveis, o que altera a antiga necessidade de estar fixo em frente a um computador para acessar a internet. Esse fato, resultou na maneira como incorporamos a tecnologia cotidianamente, onde as atividades offline mesclam-se às on-line, para além do lazer, a tecnologia é incorporada como ferramenta para execução de diversos trabalhos.

Desse modo, analisar a presença da internet na produção da vida social requer a compreensão na maneira como ela é incorporada e cotidiana. Ao acionar plataformas de streaming para o lazer, aplicativos para transporte, para pedir comida pronta, fazer compras

em supermercado, ouvir música, enviar mensagens instantâneas, encontros sexuais etc, fica evidente como a tecnologia e a internet foram incorporadas cotidianamente e modificaram a maneira como essas atividades são realizadas.

Ademais, é necessário compreender que a corporificação discutida pela autora consiste na experimentação física de sensações que são resultantes da experiência on-line. O uso de tecnologias e redes sociais influenciam grandemente sensações que experienciamos fisicamente, Sherry Turkle (2011) em sua obra já citada "*Alone Together*" evidencia como a conexão em rede faz com que os sujeitos se isolem, visto que o acesso a internet é uma experiência individual. O título de sua obra reflete sobre dois termos opostos "sozinhos juntos", representando a complexidade da conexão em rede. Durante sua análise a autora pontua como o uso de redes sociais desperta nos usuários que entrevistou, sensações como a ansiedade. As redes sociais demandam uma construção consciente de um *self*, que busca representar a nós mesmos de uma forma "coerente", assim, a rede exerce certa pressão vinda da experiência online, pois se trata de um fenômeno amplamente difundido e de grande adesão, como relata um jovem "todos os nossos amigos estão lá", demarcando que contemporaneamente a sensação de amizade e conexões está restrita a experiência on-line a qual acessamos individualmente.

Nesse mesmo segmento, José Van Dijck (2016) analisa a maneira como as redes sociais instigam a autoexpressão dos usuários, o que implica em uma performatividade de coerência narrativa, ou seja, o usuário ao tempo todo é incentivado a compartilhar seus pensamentos, fotos e narrativas do cotidiano para uma audiência que se constrói (sua rede), conjuntamente isso implica na interação e contribuição com a audiência dos demais usuários. Nessas duas situações, as interações, comentários, curtidas e reações, são um sistema métrico que concede a aprovação de sua construção narrativa. Desse modo, a construção da narrativa do *self* em rede não ocorre de maneira espontânea, pois o sucesso e aceitação da performance nas redes sociais estão reguladas por fatores sociais, assim, demandam de estratégias para que o usuário consiga a aprovação de seu perfil, para isso, os sujeitos em rede mobilizam diversos capitais para se destacarem perante os outros usuários.

Deborah Lupton (2015) analisa como nos tornamos seres humanos digitalizados (p. 9), o condensamento da tecnologia a *smartphones* e tablets, aliado a possibilidade de conexão com a rede de quase todos os lugares do globo resultou numa antropomorfização humana, a

qual aparelhos tecnológicos são vistos pela autora como aparatos prostéticos comum ao cotidiano. Pela possibilidade de produção fotográfica e compartilhamento através das mídias digitais nunca estivemos tão presentes na produção e consumo das interações sociais online. Esse fato implica em reformulações metodológicas a fim de desenvolver uma *sociologia viva*, como Lupton (2015) denomina em seu livro “Digital Sociology”, a produção contemporânea da vida implica em utilizar na pesquisa os dados que são produzidos pela interação social online, para a autora não é prudente descartar os métodos de investigação construídos historicamente, mas há a necessidade de adaptá-los às mudanças culturais e tecnológicas. Para isso, Lupton (2015) descreve o *big data* como dados discretamente gerados on-line a partir dos usos tecnológicos e seriam artefatos socioculturais construídos sobre processos políticos, sociais e culturais que afetam diretamente a liberdade e os direitos civis dos usuários.

[...] o grande volume de dados digitais é gerado discretamente, como parte de outras atividades rotineiras. Isso inclui movimentar-se em espaços públicos, fazer chamadas telefônicas, enviar e-mails, navegar na web, usar mecanismos de pesquisa, interagir com serviços governamentais, comprar produtos on-line ou usar esquemas de fidelidade do cliente, todos os quais produzem dados digitais sobre as atividades dos usuários, bem como como práticas de geração de conteúdo mais deliberadas, como blogs e upload de atualizações de status, imagens, curtidas, tweets e retuítes ou comentários em plataformas de mídia social e assim por diante. Essas massas de dados digitais agregados e quantificáveis que são gerados como resultado do uso da Internet são várias vezes referidos como transacionais, vestígios, subprodutos ou big data (LUPTON, 2015, p. 44, tradução minha).

Em contexto brasileiro Miskolci e Balieiro (2018) realizaram um balanço acerca do surgimento de um campo consolidado de investigação do digital. A Sociologia Digital é “uma área de pesquisa em construção e tem articulado um conjunto vasto e diverso da produção sociológica que, há aproximadamente duas décadas, investiga a emergência e a disseminação das tecnologias de comunicação em rede” (p. 133). Como pontuam os autores, no ano de 2003 surgem os primeiros grupos de trabalho destinados a pesquisas em ambientes digitais, como o GT denominado Sociedade da informação: redes sociais, fundamentos da sociabilidade e transformações dos processos políticos na ANPOCS (Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais).

O termo Sociologia Digital foi utilizado no Brasil pela primeira vez em 2012 no artigo de James Witte (2012) sobre questões metodológicas, publicado no periódico Sociologias (UFRGS) (MISKOLCI; BALIEIRO, 2018). Já o primeiro dossiê e artigos dedicado a questões relativas à sociologia digital foram publicados em 2016 e tinham como objetivo estabelecer uma cronologia de estudos da área e sua importância para a consolidação da disciplina em contexto brasileiro.

Como salientam os autores, o desenvolvimento tecnológico altera a configuração de outros meios de comunicação, mas sem desaparecer; não se trata de uma constante superação entre as tecnologias, mas de uma complexa relação entre o surgimento de novas tecnologias, cultura e economia que produzem os *selves* contemporâneos. O prospecto atual dessas mudanças se encaminha à produção de sujeitos neoliberais “porque se baseiam no acesso individual que prioriza os interesses pessoais em relação aos coletivos ou comunitários” (p. 143). Ao utilizarem a teoria de Deborah Lupton (2015) os autores reconhecem:

[...] a emergência de um subcampo digital em nossa disciplina com, ao menos, quatro frentes: (1) a consideração da prática profissional digital, ou seja, do uso de ferramentas digitais para a prática sociológica; (2) a análise dos usos da tecnologia digital nas relações sociais; (3) a emergência de dados digitais para a análise qualitativa e quantitativa; e (4) a necessidade de uma sociologia crítica digital que dê conta de uma análise reflexiva das tecnologias digitais informadas pela teoria social e cultural (MISKOLCI; BALIEIRO, 2018, p. 151).

Como veremos nas próximas seções, as pesquisas em contexto brasileiro referentes a tecnologia digital contribuem para investigação dos *selves* online e as transformações de ordem social, econômica, política e tecnológica que incide no mundo atual, conjuntamente, esses estudos colaboram a entender particularidades desse fenômeno que são fruto de (re)configurações culturais características dos contextos brasileiros. Segundo Miskolci e Balieiro (2018) a Sociologia Digital brasileira se desenvolve em diálogo com a produção internacional, mas de modo unilateral sem ser considerada de maneira igual ou com o mesmo peso que as demais produções. O diálogo entre a produção brasileira e internacional seria profícuo para alargar as reflexões desenvolvidas e deslocar as produções anglo-saxã que centram-se em suas sociedades de origem.

Os estudos relacionados ao digital vistos até o momento, analisam mudanças sociais e comportamentais que refletem no uso das plataformas. O campo de estudo crescente acerca do digital exhibe diversas perspectivas relacionadas às mudanças históricas constituídas nas últimas décadas. Castells (2015), José Van Dijck, Thomas Poell, Martijn de Waal (2018) e Shoshana Zuboff (2019) dedicaram seus estudos a compreender a construção da internet e investigaram os interesses corporativos na maneira como as interações on-line são constituídas.

Com relação aos usos e mudanças ocasionadas pela tecnologia e cultura, Daniel Muller e Heather A. Horst (2015), Lupton (2015), Christine Hine (2016), Sherry Turkle (2011), Miskolci e Baliero (2018) e José Van Dijck (2015) evidenciam mudanças nas relações sociais a partir da incorporação da tecnologia no cotidiano, esses autores fornecem subsídios e ferramentas para compreender as mudanças sociais e como investigar o digital. As perspectivas dos autores apresentam determinada ênfase sobre o digital, o que não significa que a análise da infra-estrutura das plataformas ocorre separada de seus usos e construções culturais e vice-versa, as mudanças ocasionadas nas relações pessoais refletem interesses privados de segmentos comerciais e perpassam em determinada medida a discussão de todos esses trabalhos.

2.2 As transformações nas relações amorosas a partir da tecnologia

As mudanças na cultura afetiva ocorreram a partir de alterações culturais relacionadas ao desenvolvimento tecnológico, o objetivo desse trabalho é discutir teoricamente a contribuição de pesquisas brasileiras sobre sexo, gênero e aplicativos de relacionamentos a partir das inferências que a tecnologia e o capitalismo exerceram sobre as relações afetivas e sexuais. Para isso, utilizo como referência central as pesquisas da socióloga marroquina Eva Illouz, a qual publicou nove obras destinadas a compreender a relação entre capitalismo, cultura afetiva e desenvolvimento tecnológico. Em sua primeira obra *“Consuming the romantic utopian”* de 1997 a autora analisa as relações românticas antes do surgimento da internet comercial, o capitalismo e o mercado adquirem centralidade em sua análise. O sistema econômico capitalista nessa época havia desenvolvido um amplo mecanismo para capitalizar em cima do amor romântico, seja da produção de filmes ou datas comemorativas,

como o dia dos namorados, por exemplo.

Com o auxílio da literatura de autoajuda surge a partir da década de oitenta uma linguagem especializada para tratar a afetividade, assim houve a ascensão do *homo sentimental* e termos como “intimidade”, “autorrealização” e “inteligência afetiva” passaram a significar o que seriam os relacionamentos saudáveis. Essa linguagem especializada para as relações afetivas foi incorporada dentro de segmentos comerciais como livros de autoajuda, programas destinados a resolver problemas amorosos, revistas que ensinavam dicas para relações afetivas, entre outros, o surgimento desse nicho de produtos tornou o investimento nesse setor extremamente lucrativo com o passar dos anos.

Em entrevista com Richard Miskolci, Eva Illouz (2016) detalha a construção do seu campo de pesquisa desde seu doutorado, a qual buscava investigar como a mídia molda - ou não - as práticas românticas. Suas pesquisas se desenvolveram em conjunto com sites para relacionamentos e posteriormente aplicativos móveis, sendo assim, sua obra é extremamente relevante para compreender as transformações das relações afetivas em conjunto com mudanças históricas, desenvolvimento capitalista e ascensão de tecnologias. A autora descreve que suas obras apresentam cinco temas de investigação:

[...] um tema dominante concerne o fato de que o capitalismo, tanto na esfera do consumo quanto da produção, transformou padrões emocionais; o segundo grande tema de meu trabalho tem a ver com o papel da psicologia clínica popular na moldagem da identidade moderna; o terceiro tema que perpassa minha obra é a transformação da arquitetura ou ecologia da escolha; um quarto tema é aquele sobre a distribuição desigual do desenvolvimento emocional e da felicidade emocional. Acho que não podemos parar de analisar como emoções são construídas e organizadas por práticas institucionais: ao contrário, assim que elas são organizadas por instituições elas causam coisas para as pessoas e, finalmente, o quinto tema, que é um tema meta-teórico, é aquele do desenvolvimento humano e da crítica social (ILLOUZ, 2016, p. 304-305).

Em sua obra mais popular, “O amor nos tempos do capitalismo” de 2011, Eva Illouz desenvolve questões que emergiram desde suas obras anteriores. A discussão central que perpassa seu livro é “que a criação do capitalismo caminhou de mãos dadas com a criação de uma cultura afetiva intensamente especializada” (p. 8) que modificou as relações contemporâneas e resultou em uma reconfiguração do capitalismo. Para desenvolver essa tese,

a autora utiliza o conceito de *capitalismo afetivo*, descrito por ela como:

[...] uma cultura em que os discursos e práticas afetivos e econômicos moldam uns aos outros, com isso produzindo o que vejo como um movimento largo e abrangente em que o afeto se torna um aspecto essencial do comportamento econômico, e no qual a vida afetiva – especialmente a da classe média – segue a lógica das relações econômicas e da troca. Como seria inevitável, a “racionalização” e a “mercantilização” (dos afetos) são temas recorrentes, que perpassam as três conferências. [...] Na verdade, como pretendo mostrar, repertórios culturais baseados no mercado moldam e impregnam as relações interpessoais e afetivas, e as relações interpessoais encontram-se no epicentro das relações econômicas. Mais exatamente, os repertórios do mercado se entrelaçam com a linguagem da psicologia e, combinados, os dois oferecem novas técnicas e sentidos para cunhar novas formas de sociabilidade (ILLOUZ, 2011, p. 8).

Illouz (2011) utiliza do conceito de campo de Pierre Bourdieu para definir o que ela denomina de *campo afetivo*, este é uma peça central dentro do capitalismo afetivo. Bourdieu define que o campo é um espaço autônomo, que apresenta regras próprias e é caracterizado pela disputa da autoridade do campo. Assim, Illouz (2011) conclui que afetividade se constitui como um campo, um espaço autônomo e de disputas, a qual se produzem discursos e regras próprias, esse campo surgiu a partir do cruzamento entre o “mundo acadêmico, diferentes segmentos das indústrias culturais, grupos de profissionais credenciados pelo Estado e pela universidade, e ainda o grande mercado dos medicamentos e da cultura popular” (ILLOUZ, 2011, p. 39). A autora percebe a afetividade como um campo de disputas entre segmentos comerciais, acadêmicos, vinculados à saúde, a farmacologia e a pornografia que exerceram grande influência no campo da afetividade e objetivaram ganhos econômicos e sociais a partir do domínio da autoridade dentro do campo.

As transformações no campo afetivo a partir do surgimento de termos e conceitos para lidar com a afetividade desenvolveram um *habitus afetivo*. O *habitus* é descrito por Pierre Bourdieu (2009) como disposições, estilo de vida, maneiras e gostos incorporados em um campo, o *habitus* é caracterizado como “estruturas estruturadas, predispostas a se tornarem estruturas estruturantes” ou seja, a incorporação de uma linguagem para a afetividade, assim como os segmentos comerciais voltados ao campo afetivo passaram a estruturar a maneira como as relações são construídas.

O fato do capitalismo ter se introjetado dentro desse campo estruturou as relações

afetivas a partir da lógica do mercado, Eva Illouz (2011) analisa sites para relacionamento onde identifica que os usuários enfrentam novas formas de lidar com a identidade a partir da tecnologia. Três mudanças principais são pontuadas por ela: a primeira característica está relacionada à decomposição da identidade em gostos, desejos, traços de personalidade, objetivos etc, os sites analisados por Illouz (2011) evocavam grande textualização de si e preenchimento de categorias para assim maximizar a possibilidade de encontrar o “par perfeito”. A segunda transformação refere-se ao eu privado que se torna uma representação pública à medida que o perfil é exposto na internet, ainda que para uma audiência anônima e abstrata. Por último, a autora destaca que os encontros passaram a ser construídos a partir da ideologia liberal da escolha, o alto fluxo de perfis em sites de relacionamento despertaram a sensação de que cada perfil era um parceiro em potencial e que o encontro deveria resultar da “melhor escolha possível”. Com isso, reger a vida afetiva passou a ser vista como gerenciar um empreendimento, que demanda excessiva racionalização, isso pode ser observado no fato de que uma de suas interlocutoras revelou que organizava os perfis em pastas categorizadas para assim chegar aos melhores perfis para investir.

A lógica de mercado organiza esse campo frente a uma competição com os demais perfis, com isso, surge uma busca constante para que o usuário melhore sua posição no mercado dos afetos, o que é descrito como uma constante busca por um “refinamento pessoal”, essa concepção é instável pois até o “prato mais requintado ainda pode ser superado” (ILLOUZ, 2011, p. 53). O refinamento pessoal também toca em questões relacionadas à escolha dos parceiros, onde a busca pelo “melhor produto” é o ponto central das relações. Se o prato mais requintado pode ser superado, qualquer perfil de usuário pode ser “deixado para trás” por um perfil que seja considerado “melhor”, a partir dessa visão mercadológica os usuários passam a ser produtos que a partir da mudança na organização do campo e do habitus afetivo podem se tornar ultrapassados e serem substituídos, se assemelhando a um modelo de smartphone que se torna obsoleto ou facilmente trocado por um modelo com melhorias.

O refinamento pessoal do gosto, faz com que os perfis busquem sujeitos que consideram melhores que a si mesmo, atualmente a orientação do desejo para o perfil que “dominaria o mercado” compreende uma norma que poucos atendem, o que desperta constante insatisfação entre usuários de aplicativos. Conjuntamente, o grande fluxo de

contatos implica em uma roteirização das interações, que ocorrem sempre de modo semelhante, o que por sua vez desperta frustração em alguns usuários por repetirem sempre interações semelhantes (ILLOUZ, 2011).

A análise proposta pelo sociólogo e filósofo Zygmunt Bauman acerca da *modernidade líquida* é criticada por Illouz (2011) ao deixar de lado o que ela considera como fenômeno principal, o capitalismo. De fato, as relações contemporâneas são construídas de maneira mais efêmera e menos duradoura, como aponta Bauman, mas esse fato ocorre pela mudança na ótica dos relacionamentos, onde cultura, tecnologia e sistema econômico resultaram em uma configuração afetiva que se sustenta e é regulada a partir de pressupostos econômicos.

Ao analisar o campo afetivo sob a ótica do mercado, é possível compreender como os usuários acionam determinadas características na construção do seu *self* em rede buscando melhorar sua posição no mercado, os usuários recorrem a estratégias sejam cirurgias plásticas e musculação para adequar seu corpo a determinada norma, ou evidenciar em suas fotografias e descrições pessoais capitais como econômico, cultural ou social que se tornam atrativos para os demais usuários. Illouz (2016) afirma que ao passo que o desenvolvimento tecnológico proporcionou a produção fotográfica, celulares móveis e aplicativos de geolocalização houve uma mudança na construção das relações on-line a qual deram centralidade ao sexo casual.

O que mudou drasticamente desde então é a Internet e os sites de sexo. Primeiro, os sites de busca de parceiros e depois os aplicativos para equipamentos móveis, assim como a indústria da pornografia que cresceu tremendamente e a cultura do sexo sem compromisso [hookup culture] nas universidades norte-americanas que mudaram profundamente o papel do compromisso em casais heterossexuais. Diria que essas foram as três principais mudanças: 1. a maior disponibilidade de material sexual que mudou – acredito – as práticas sexuais; 2. a cultura do sexo sem compromisso que legitima mais do que antes – tanto para rapazes quanto moças – as relações puramente sexuais sem envolvimento e 3. a comodificação dos encontros por meio dos sites de encontro que significam também uma alta rotatividade de parceiros (ILLOUZ, 2016, p. 305).

Para analisar essas questões que emergiram com os aplicativos de relacionamento e as mudanças nas interações afetivas-sexuais online, Eva Illouz e Dana Kaplan (2020) em sua obra *“El capital sexual en la modernidad tardía”* definem o capital sexual como "a capacidade de alguns sujeitos de aumentar o valor pessoal e obter benefícios econômicos de

suas próprias capacidades sexuais" (p. 58). As autoras utilizam da teoria de Adam Isaiah Green que cruza três eixos principais para a constituição do capital sexual, sendo aparência de rosto e corpo, afeto e estilo sociocultural. Dessa maneira, para estruturar os sujeitos nas posições da hierarquia do desejo, idade, altura, aparência etc, contribuem, mas não são os únicos atributos definidores do capital sexual. Essa definição complexifica a análise das relações contemporâneas pois compreende a influência de fatores culturais na seleção de parceiros. O indivíduo reconhecido como atraente e detentor do capital sexual dominante consegue obter ganhos sexuais ou sociais a partir desse reconhecimento, como veremos no capítulo a seguir, o capital sexual pode variar de acordo com o local, mas orienta as relações afetivas.

Como visto, as alterações sociais e econômicas a partir da tecnologia digital contribuíram para a mudança na maneira como as relações contemporâneas se constroem. Ao discutirmos sobre aplicativos de relacionamentos, deve-se reconhecer a centralidade da produção imagética para definir o capital sexual, visto que, é a partir da leitura das fotografias que os usuários decidem estabelecer contato com os demais. O artigo "O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais" de Iara Beleli (2015), expõe historicamente a maneira como as relações afetivas foram mediadas pela tecnologia em contexto brasileiro. No primeiro momento da criação de redes sociais, o que possibilitou a interações entre os usuários, o Orkut e MSN eram redes sociais utilizadas para conversas e possíveis encontros afetivos e/ou sexuais, o que marca essa interação inicial é a textualização de si, pois não existiam equipamentos capazes de produzir uma fotografia digital, sendo comum os usuários apresentarem poucas ou nenhuma foto e quando expostas essas fotografias se encontravam em baixa qualidade. Para agregar fotos nesse momento inicial, o usuário deveria escolher uma fotografia impressa, ir a um estúdio fotográfico, digitalizá-la e anexá-la em seu perfil ou redes sociais. Já com o surgimento das câmeras fotográficas a produção imagética se tornou menos complexa e passou a integrar com maior facilidade as redes, fruto desse desenvolvimento foi a capacidade do usuário de produzir registros próprios. O *selfie* é descrito por Miskolci (2017) como fruto de mudanças sociais que colocam o sujeito de maneira mais consciente de sua aparência pessoal e padrões estéticos, se caracterizando como a expressão mais recente de autoimersão (p. 77).

Com o desenvolvimento de celulares e *smartphones* com a câmera acoplada no aparelho, bem como a ascensão de aplicativos voltados para encontros afetivos e sexuais, tornou-se possível produzir com maior facilidade imagens pessoais e utilizá-las nas redes sociais e em aplicativos, esse fato culminou no que a autora denomina de *imperativo das imagens*, onde a fotografia adquire a centralidade na construção de relações afetivas. Em seu campo de pesquisa, a exposição das fotografias são vistas pelos usuários como transmissoras de mensagens, suas interlocutoras realizam um processo de “*scanner*” fotográfico a fim de identificar classe social, capital cultural e questões estéticas que orientam a escolha dos perfis.

O surgimento da internet e o desenvolvimento tecnológico mesclaram-se com a cultura, economia, política e outras esferas sociais para moldar os padrões comportamentais. Na área afetiva, a tecnologia e o sistema econômico capitalista se aliaram desenvolvendo um campo lucrativo de aplicativos e sites de relacionamento, estes passaram a estruturar o campo afetivo estabelecendo um novo *habitus*. No capítulo a seguir discuto as produções acadêmicas sobre o uso de aplicativos no contexto brasileiro, esses estudos analisam grupos distintos de aplicativos e sujeitos o que contribui para discutir as formas de interação on-line e a busca afetiva de acordo com diferentes marcadores sociais. O que perpassa todos os trabalhos é a maneira como gerir a vida amorosa a partir dos aplicativos exigem uma adaptação ao mercado dos afetos e resultam em uma nova economia dos desejos.

3 A REGULAÇÃO DO SEXO E GÊNERO NA ERA DIGITAL: ESTUDOS SOBRE APLICATIVOS DE RELACIONAMENTO NO BRASIL

Os estudos sobre aplicativos de relacionamento em contexto brasileiro fornecem subsídios para a análise acerca dos impactos dessas tecnologias em localidades distantes de onde foram inicialmente idealizadas, como por exemplo, Miskolci (2017) analisa as diferentes formas de uso do aplicativo Grindr em São Paulo e San Francisco, identificando que a maior mobilidade e segurança urbana de San Francisco facilitava encontros sexuais em comparação com São Paulo. Para além das diferenças de uso entre contexto, há formas distintas de compreender as tecnológicas e incorporá-las na busca sexual, como pude perceber em minha pesquisa anterior (STACK, 2022) onde traduções culturais eram realizadas de acordo com o contexto de acesso ao aplicativo³. As variações no uso de aplicativos e objetivos em utilizar tais tecnologias ocorrem baseadas em distintos marcadores sociais, como idade, gênero, sexualidade, raça e classe, dessa forma, a produção de pesquisas sobre aplicativos de relacionamentos no Brasil fornecem subsídios para compreender o uso de tais tecnologias no cotidiano.

Para compor a bibliografia que serve como base para a construção deste capítulo foram selecionadas três obras principais que discutem as relações afetivas e sexuais no digital em contexto brasileiro, conjuntamente são incorporados artigos e obras de outros autores para fundamentar a discussão central. As obras selecionadas se destacam pela afinidade com o tema e por estabelecerem um diálogo entre si, complementando e se utilizando das discussões sobre o digital já consolidadas no campo. Como veremos a seguir, as produções de Richard Miskolci (2017), Larissa Pelúcio (2017) e Lígia Baruch de Figueiredo (2016) enfocam as relações amorosas e sexuais entre segmentos digitais (sites e aplicativos), são trabalhos com densa discussão teórica e campo empírico sobre os aplicativos de relacionamento, entretanto, apresentam entre si distinções quanto a seleção de interlocutores, na escolha do(s) aplicativo(s) ou site(s) que fundamentaram o campo de pesquisa e em seus resultados, o que torna o diálogo entre as produções muito profícuo.

³ Durante minha investigação no aplicativo Grindr em Santa Maria - RS pude perceber que os usuários mobilizaram de maneira diferente alguns termos, como no caso o termo Barbie, utilizado de maneira pejorativa dentro do meio gay para satirizar homens musculosos (padrões) como a produção de um corpo que se assemelha a produção em série de bonecos. No contexto de Santa Maria para alguns usuários esse termo era utilizado para expressar uma feminilidade aparente, fazendo referência a boneca barbie.

Na obra “Desejos digitais: uma análise sociológica da busca por parceiros on-line” de Richard Miskolci (2017) o autor traz para discussão um vasto campo de pesquisa estabelecido por ele com homens que utilizavam salas de bate-papo e aplicativos de relacionamento, como o Grindr, em contexto brasileiro e norte-americano. Inicialmente Miskolci (2017) teve como interlocutores homens com desejos homoeróticos que utilizavam as salas de bate-papo⁴ para encontros sexuais, muitos desses homens não se reconheciam enquanto homossexuais pois mantinham relacionamentos afetivos com mulheres, o que expõe a maneira como os ambientes digitais propiciam a experimentação da sexualidade e desejo, conjuntamente com a manutenção das relações sociais. Nesse primeiro momento, por volta da década de noventa início dos anos dois mil, a marca das interações em salas de bate-papo era a intensa textualização de si, à medida que as tecnologias digitais se refinaram possibilitando a troca de fotografias digitais e a incorporação do sistema de geolocalização em aparelhos móveis fez com que se perdesse a intensidade nos usos das salas de bate-papo e houve a popularização de aplicativos móveis.

O uso da geolocalização em aplicativos modificou a maneira como a área amorosa e sexual passa a ser regida, favoreceu o encontro casual (*hook up*) pois facilita a busca sexual de acordo com a proximidade, sendo assim, o usuário em seu tempo ocioso poderia estar investindo em sua vida sexual sem a necessidade de se deslocar a bares ou cenários propícios a paquera, o que possibilita o sujeito paquerar no conforto do seu lar. Miskolci (2017) aponta cinco principais transformações na busca sexual entre homens com desejos homoeróticos a partir da tecnologia digital, a principal transformação que ele observa é a “agência” que as mídias digitais possibilitaram a mulheres e homossexuais, ou seja, esses sujeitos antes excluídos do circuito do desejo passam a poder investir e gerenciar sua vida afetiva, ainda que tenham que lidar com convenções sociais que surgem a partir da popularização dos aplicativos desse nicho, o que será aprofundado na seção a seguir. A segunda transformação está relacionada à anterior, a individualização da busca amorosa que proporciona a esses sujeitos autonomia sem influência direta de meios sociais como família, amigos, colegas de

⁴ As salas de bate-papo consistem em salas coletivas que permitiam ao usuário interação por mensagens, o site é gratuito, mas há a possibilidade de tornar-se vip e acessar outros recursos. “As salas de bate-papo (*chatrooms*), os sites de anúncios de busca por parceiros e os programas de troca de mensagens instantâneas como os há muito extintos ICQ e MSN Messenger. A primeira geração dessas plataformas era muito limitada para os padrões atuais, em especial pela ausência de imagens, o que restringia as interações quase exclusivamente à escrita” (MISKOLCI, 2017, p. 69).

trabalho etc. Entretanto, esse fato não significa que as escolhas de parceiros online não visem a manutenção de relações existentes, um homem com desejos homoeróticos que mantém relacionamento com mulheres ou se considera discreto em sua sexualidade irá procurar em aplicativos usuários a qual não coloque em xeque sua aparente heterossexualidade.

A terceira transformação está relacionada a objetividade que as mídias digitais proporcionam aos usuários em descrever o tipo de interação que busca, como o sexo casual. Esse fato se relaciona com a quarta transformação: o aceleração das relações, o flerte, o encontro, o rompimento e o retorno a busca no aplicativo acontecem de forma rápida, o roteiro heterossexual antigamente estabelecido de namoro-noivado-casamento perde sentido nas relações contemporâneas. A possibilidade de muitos parceiros em potencial faz com que retornar a busca seja algo simples, disponível na palma da mão. Por último, a quinta transformação está relacionada ao aumento exponencial de parceiros online, não há possibilidade de reunir tantos parceiros em potencial em um mesmo local como ocorre em sites e aplicativos. Para Miskolci (2017) a busca sexual apresenta muitos pressupostos acerca da influência do mercado, já discutidos anteriormente, como a maneira em que as tecnologias digitais impõe uma racionalização mais acentuada, seja na criação do perfil pessoal ou na busca sexual. Conjuntamente, a questão central da análise do autor é observar as transformações históricas que desenvolveram o desejo e a busca sexual on-line. A gramática de representação e visibilidade da sexualidade se estende ao digital.

Larissa Pelúcio realizou uma pesquisa acadêmica no site Ashley Madison, conhecido como o site que proporcionava a pessoas comprometidas encontros extraconjugais, posteriormente a autora utilizou de diversos sites e aplicativos para construir seu campo de pesquisa que resultou em sua obra “Amores em tempos de aplicativos: masculinidades heterossexuais e a negociações de afetos na nova economia do desejo” de 2017. Inicialmente Pelúcio (2017) realizou uma incursão em aplicativos de relacionamento como o Tinder e o Happn, analisando a arquitetura de cada plataforma e as diferenças na maneira da seleção de parceiros e interações online, conjuntamente ela dedicou parte da pesquisa a interagir em sites de relacionamento, se dedicando ao site Adote um cara. A dinâmica do Adote um cara expõe a estrutura de mercado por traz dessas plataformas, o site coloca uma suposta agência as mulheres na busca por parceiros, as usuárias necessitam colocar os homens em seu carrinho de compras para que as interações possam acontecer, somando a isso, os perfis masculinos

aparecem como produtos, com descontos, promoções etc, evidenciando de forma consciente como utilizar aplicativos de relacionamento necessita que o perfil saiba empreender sobre si.

As interações estabelecidas com os usuários através dos aplicativos ou site migraram para o Whatsapp da pesquisadora. A etnografia digital realizada por Pelúcio (2017) abarcou três gerações de homens heterossexuais residentes na capital São Paulo ou em Bauru (SP). Os nascidos antes de 1966 que construíram seus desejos à parte da internet e se familiarizaram posteriormente com o uso da tecnologia, em especial aplicativos, sendo homens que haviam saído recentemente de casamentos longos e estavam na época se “aventurando” através dos aplicativos. Os nascidos entre 1966 e 1975 a qual inicialmente a tecnologia foi incorporada por fins laborais antes de usos propriamente para lazer e a geração posterior a 1975 a qual puderam desenvolver sua sexualidade e experiências em conjunto com as transformações digitais. Pelúcio (2017) analisou as mudanças na esfera afetiva e de gênero para seus interlocutores, as transformações na masculinidade que são resultantes de movimentos políticos e sociais, como o feminismo. Em conjunto, esses sujeitos tiveram que realizar uma reflexão sobre o gênero e estar mais conscientes em como mobilizam essas questões na plataforma. A discussão acerca da masculinidade expõe que a busca sexual, a caçada ou jogo da conquista estabelecido em aplicativos é uma ação virilizante para o homem, em contraste, o compromisso é de certa forma emasculante. Assim, a busca pelo sexo sem compromisso, embora visto como algo procurado por ambos os gêneros nos aplicativos ainda beneficia o homem, que se vê livre do peso de cargas sociais que são impostas as mulheres.

Para agregar a discussão acerca dos relacionamentos, a tese de doutorado de Lígia Baruch de Figueiredo (2016) nomeada de “Tinderelas: busca amorosa por meio de aplicativos para smartphones” resultou na publicação do livro “Tinderellas: O amor na era digital”, sua pesquisa possibilita compreender o uso dos aplicativos de relacionamento para mulheres heterossexuais, sua tese está concentrada na área de psicologia clínica. Lígia Baruch de Figueiredo (2016) realizou entrevistas semi-dirigidas com mulheres heterossexuais entre 35 e 50 anos, de classe média e que utilizavam o aplicativo Tinder para encontros afetivos e sexuais em São Paulo, a partir da teoria do apego, a autora identifica três possibilidades de uso distinto entre suas interlocutoras, o uso recreativo, uso curioso e o uso racional.

A teoria do apego para relacionamentos românticos se mostra entre as possibilidades de apego (familiar e amizade) a mais volátil, que pode sofrer modificações de acordo com

fatores externos e internos. Para suas interlocutoras os usos e a experimentação do aplicativo estavam relacionados ao tipo de apego, as que apresentavam o tipo de apego evitativo não se incomodavam com o uso recreativo, para encontros sexuais esporádicos ou o uso curioso, para experimentação do aplicativo. Já com relação ao apego ansioso a qual deseja estabelecer vínculos significativos, o medo da rejeição se faz presente, apresentando desconfortos e insatisfações com relação às experiências on-line por parte dessas usuárias.

O último estilo de uso descrito por Lígia Baruch (2016) compreende ao racional, suas interlocutoras que utilizavam o aplicativo dessa forma tinham objetivos definidos e intransigíveis, como arrumar um parceiro ou marido, por consequência, as mulheres que utilizavam o Tinder com esse objetivo se mostraram as mais racionais em suas escolhas, gerenciando sua busca afetiva por diversos critérios, descrevendo as interações como “entrevistas” para constatar se os usuários atendiam a sua busca. Esse uso ressalta com maior ênfase a estrutura mercadológica, onde se procura “o melhor produto”. Se no uso curioso e recreativo alguns critérios perdem importância por se tratar de uma experiência isolada e sem compromisso, no uso racional critérios como altura, escolaridade, classe, idade etc, se mostraram definidores para a possibilidade de um encontro presencial. Dos três trabalhos selecionados para análise, as tinderelas relacionam as interações online com estruturas psicológicas que regem os sujeitos, ao cruzar a teoria do apego com a busca sexual em aplicativos é possível visualizar a maneira como as novas tecnologias para relacionamento impactam de maneira subjetiva os usuários.

3.1 Gênero e sexualidade em aplicativos para relacionamento

Para analisar a esfera afetiva e o amor é necessário compreender as transformações relacionadas a ordem de gênero, a Revolução Sexual teve grande impacto ao causar transformações que “trazem para o debate público questões de fórum íntimo, relacionando-as a opressões e desigualdades que refletiam na forma como alguns segmentos eram percebidos socialmente, autorizando perseguições, quitação de direitos, desqualificações morais que precisavam ser enfrentadas” (PELÚCIO, 2017, p. 190), esse movimento buscava colocar o corpo, uso e prazeres no debate público afirmando que o pessoal é político, visto que a época estava marcada por perseguições de ordem moral a homossexuais, transexuais e sujeitos que

fugiam à norma da heterossexualidade. O movimento feminista, assim como o movimento de gays, lésbicas e transgêneros e movimentos raciais causaram impacto ao questionar as opressões de raça, gênero e sexualidade existentes nas esferas sociais. Ao visibilizar comportamentos de gênero e sexualidade dissidentes e lutar por direitos para esses sujeitos, o tecido social foi afetado, o que causou uma ruptura e como consequência uma mudança social que pode ser percebida nas pesquisas realizadas pelos autores selecionados.

Para compreender a construção do desejo entre homens com desejos homoeróticos em aplicativos, Richard Miskolci (2017) detalha em seu livro como se desenvolveu as representações de homens gays na esfera pública e o impacto na utilização dos aplicativos para relacionamento. O autor expõe as normas sociais que regulam o gênero, a visibilidade exerce controle social a partir do momento em que ocorre uma associação negativa a homossexualidade. Ao analisar produções fílmicas o autor evidencia como a figura do homossexual era retratado sobre dois aspectos: a bicha sissy, próxima a feminilidade e utilizada como chacota/alívio cômico ou o homossexual víril, com conflitos internos sobre sua sexualidade e potencialmente suicida (MISKOLCI, 2017). A visibilidade negativa da homossexualidade através das mídias dificulta o processo de identificação de homens com desejos homoeróticos, em minha pesquisa de mestrado (STACK, 2022) para os homens entrevistados a visibilidade negativa da homossexualidade através de representações midiáticas ou nas esferas que circulavam offline (família, escola, vizinhança) produziram medo e receio em serem identificados enquanto homossexuais.

Historicamente, pessoas que desejavam outras do mesmo sexo não tiveram imagens para se reconhecer de forma positiva e tinham que fazer um exercício reflexivo de se identificar com as representações disponíveis. Na era das mídias verticais, pessoas que se interessavam por outras do mesmo sexo se identificavam com essas imagens alheias, quer na leitura subversiva – frequentemente feita nas entrelinhas – de um filme como retratando, de forma indireta ou velada, a relação entre dois homens, quer no expediente conhecido de como um homem pode se colocar no lugar de uma diva da música pop e, como era mais comum no passado, identificar-se com alguma personagem feminina no cinema. (MISKOLCI, 2017. p. 210-211).

A visibilidade da homossexualidade se contruiu a partir do modelo heterossexual, como ressalta Foucault (2010) a homossexualidade e heterossexualidade são produtos de um

mesmo regime regulatório a qual determina a heterossexualidade o posto de natural, saudável e desejada, no entanto, a homossexualidade torna-se o oposto, é vista como antinatural, doença e abjeção. Investigar as representações históricas e midiáticas acerca da homossexualidade demanda, como afirma Miskolci (2016) um comprometimento “em investigar as mencionadas batalhas representacionais, que marcam a entrada das diferenças na vida política e cultural a partir da segunda metade do século XX” (p. 214).

A visibilidade da homossexualidade em muitos contextos significa expor esses sujeitos a possibilidade de violência física e simbólica. Como por exemplo, muitos interlocutores de minha pesquisa (STACK, 2022) apresentaram medo de serem expostos ou reconhecidos como homossexuais durante a adolescência e vida adulta. Esse fato ocorreu pela associação negativa da homossexualidade a doença, infelicidade e como maneira reprovável de conduzir a vida afetiva. Foucault (2010) apresenta uma mudança histórica frente a homossexualidade, na antiguidade vista como a prática de pederastia estava associada a um comportamento, posteriormente, a homossexualidade é vista como algo intrínseco ao sujeito (identidade) e como doença, o que ocasionou em perseguições históricas e tentativas de cura que permanecem no imaginário social.

A homossexualidade deixou de ser tomada como patologia pela associação psiquiátrica, mas retornou como problema epidemiológico a partir do HIV/AIDS. Com o pânico do HIV/AIDS na década de oitenta houve a visibilidade da homossexualidade a partir da doença, esse fato, estimulou homens homossexuais a buscarem trabalhar os seus corpos para serem dissociados do estigma da doença, a fim de serem vistos como saudáveis houve nessa época a ascensão dos corpos sarados, ou seja, ausente de qualquer doença. Conjuntamente, a pornografia homossexual representou uma ruptura a representação negativa da homossexualidade naquele momento, sendo a primeira vez que o homossexual é visto como alvo de desejo e sujeito desejante. Porém, o processo de representação do desejo por meio do erotismo contribuiu para que o alvo do desejo se tornasse uma corporalidade e um comportamento de gênero específico: corpos musculosos e viris, dotados de uma masculinidade vista como heterossexual que beira a hipérbole.

O regime regulatório de gênero e as perseguições a homossexuais resultou na camuflagem da homossexualidade como mecanismo de preservação, sendo realizada ao incorporar um suposto comportamento de gênero heterossexual. Assim, o “passar por hétero”

é uma estratégia de parcela de homossexuais que buscam performar signos de virilidade tidos como marca da heterossexualidade. Em contrapartida, esse controle na exposição da sexualidade a partir de signos considerados masculinos estabeleceu no meio gay uma associação positiva “ao passar por hétero” e a associação negativa a homossexuais considerados afeminados.

O resultado dessas transformações sociais acabou por valorizar uma forma de comportamento de gênero que é bem visto entre homens com desejos homoeróticos que utilizam aplicativos. Luis Felipe Zago (2009) ao analisar os perfis preferidos de um site adulto, o disponível.com, expõe como determinado tipo de corpo adquire centralidade na produção pornográfica, é um corpo de um macho, que se cuida (faz musculação), é dotado e viril. Nas descrições de si, os usuários qualificam o corpo e suas ações: “um macho que procura outro macho”, a qualificação do corpo a partir desses adjetivos evidencia a produção de gênero para esses sujeitos e reflete a busca de grande parcela de usuários de aplicativos que procuram se relacionar com homens que detém essas características como parte central do capital sexual.

As tecnologias móveis proporcionaram um novo campo de sociabilidade para o público homossexual, por outro lado, definiram a busca sexual e o alvo do desejo a corpos musculosos e masculinos (MISKOLCI, 2017). Miskolci (2009) afirma que inicialmente a internet era vista como um meio descolado do off-line, assim, acreditava-se que estigmas e preconceitos que muitos homossexuais enfrentavam em ambientes off-line deixariam de existir na internet, o que proporcionaria a criação de um sujeito autêntico sem as mesmas preocupações de ordem moral. Ao analisar a busca sexual online entre homens o autor concluiu que igualmente surgem preocupações com a exposição do desejo homoerótico, o medo de prejudicar relações familiares, amigos e trabalho guiavam a busca sexual desses homens, assim, a internet poderia ser compreendida como uma “extensão do armário”.

O armário é compreendido a partir da formulação de Eve Kossoff Sedgwick (2007), que o considera como símbolo de opressão no século XX, uma vez que existiam processos judiciais no Estados Unidos a partir da (in)visibilização da homossexualidade. A análise da autora conclui que a publicização da homossexualidade não ocorre em um único momento da vida do sujeito, este está sempre negociando a exposição de sua sexualidade em um novo grupo. Até homossexuais considerados assumidos teriam de fazê-lo novamente ao adentrar

um novo trabalho, vizinhança ou círculo social. O armário se refere a um mecanismo de visibilidade e gestão da homossexualidade, é um aparato regulatório que se impõe a sujeitos não-heterossexuais, o segredo e a revelação fazem parte de uma negociação pessoal e cotidiana a esses sujeitos.

Como pude perceber através da investigação do aplicativo Grindr (STACK, 2022), a exposição de fotografias no aplicativo não demanda uma publicização da homossexualidade em outros espaços, interlocutores a quais entrevistei se expunham no aplicativo mas procuravam pessoas discretas e se consideravam discretos, buscavam estabelecer fronteiras com relação a experiência da homossexualidade e outros círculos sociais, principalmente a família. Através dos aplicativos encontraram a possibilidade de gerenciar sua vida afetiva e manter relações sociais que poderiam ser abaladas com a revelação da homossexualidade. Como destaca Miskolci (2017):

[...] nas mídias digitais em geral – mas de forma ainda mais evidente nos aplicativos – predomina uma percepção de que a homossexualidade é uma característica individual cuja visibilidade deve ser gerida por cada um no cotidiano. Como já analisado no capítulo anterior, nesses meios, ser discreto ou se relacionar em segredo não equivale a ocultar a homossexualidade, como na velha expressão “estar no armário”, mas negociar – em cada contexto – o grau de sua visibilidade, de forma a maximizar a segurança e evitar retaliações morais e materiais. Trata-se de um uso da tecnologia para lidar com a ausência (ou insuficiência) de segurança e reconhecimento para a expressão do desejo por pessoas do mesmo sexo (MISKOLCI, 2017, p. 226).

Como observou Miskolci (2017) os aplicativos de relacionamento que utilizam a geolocalização permitem a formação de um espaço de homossociabilidade on-line que se forma paralelamente ao regime heterossexista off-line, o que auxilia a entender como os aplicativos de relacionamento tiveram ampla adesão ao público homossexual, o que permite “compreender o prazer em estarem sempre conectados e a sensação de isolamento trazida pela quebra de conexão, a qual, literalmente, os realoca nas prescrições heterossexistas” (p. 227).

Em sua obra, Larissa Pelúcio (2017) afirma que as discussões de gênero e a luta feminista por igualdade alteraram a maneira como homens e mulheres se relacionam na esfera afetiva através de aplicativos, apesar das desigualdades de gênero ainda serem presentes socialmente, as mudanças conquistadas até o momento colocam desafios frente aos homens

na forma como negociam os afetos através dos aplicativos.

Todas essas discussões chegaram aos aplicativos. Na busca por sexo, companhia e/ou amor, meus interlocutores passaram a ter de lidar com temáticas de gênero e sexualidade de forma direta ou tangenciada. Dificilmente puderam se colocar em posições neutras e muitas vezes mostraram-se incomodados com as acusações de suas pretendentes de serem eles machistas. A assimetria de gêneros, constituinte do amor romântico, se encontra desafiada, mas parece longe de ser vencida (PELÚCIO, 2017, p. 192-193).

Nas interações com seus interlocutores era comum que definissem sua procura por “um amor tranquilo” e uma “mulher bem resolvida”, como se atenta a autora essas afirmações refletem a estrutura de gênero, pois implica em uma visão generalizante de que as mulheres são “complicadas” ou “mal resolvidas”. Visto que as mudanças sociais pouco influenciaram a visão de homens heterossexuais ou tocaram em sua posição de privilégio, a concepção de complicada ou mal resolvida poderia representar apenas uma mulher que questiona a visão heteronormativa ou não está em conformidade com a concepção de “um amor tranquilo” e toda a carga de gênero por trás dessas construções. Pelúcio (2017) define um perfil sociológico de mulheres que pode observar em campo, a partir de dados socioeconômicos concluiu que são mulheres escolarizadas, com carreira profissional, independentes economicamente e estão mais ativas na busca por parceiros, perfil semelhante ao das entrevistadas por Lígia Baruch (2016).

Capturados na teia pouco flexível da heronormatividade, os sujeitos com os quais interagi encontram dificuldades para lidar com os avanços na agenda feminista e reposicionar seus próprios desejos. Por mais críticos que muitos deles sejam à vaga conservadora, nem sempre conseguem transpor essas posições para o plano das relações afetivas. Este não é um deslocamento fácil, pois tende a colocá-los em um terreno pouco conhecido no qual terão que lidar com suas próprias vulnerabilidades (PELÚCIO, 2017, p. 198).

Como nos diz Lígia Baruch (2016) os comportamentos de gênero de suas entrevistadas quando em sua busca sexual adotavam um comportamento “desapegado” característico do uso

recreativo sentiam serem vistas como “diferentes”, “pontos fora da curva” ou transgressoras de uma ordem normativa de gênero. Esse fato revela que existe uma gramática moral com relação a experimentação da sexualidade em aplicativos, Pelúcio (2017) afirma que seus interlocutores em um primeiro momento mascaravam a procura de sexo em aplicativos, não deixavam explícito, mas a medida que a conversa se aprofundava era possível visualizar como a busca sexual adquiria centralidade para muitos. Se a busca por sexo para muitos homens é a centralidade do uso de aplicativos não haveria motivos para que mulheres que explicitassem o mesmo objetivo tivessem uma carga moral ou de reprovação frente aos seus desejos. Esse fato, reforça que a conquista, a “caça”, o “jogo” em aplicativos são vistos como características atribuídas como essencialmente masculinas, restando a mulher a posição de passividade, em ser conquistada. Frente às novas possibilidades de agência feminina em aplicativos, o roteiro da conquista é alterado, mas sem antes causar certa reprovação ou desconforto por parte dos usuários masculinos, que lidam com esse fato com certo estranhamento.

Apesar das interlocutoras de Lígia Baruch de Figueiredo (2016) se portarem de forma diferente do comportamento visto como tradicionalmente feminino, ainda assim incorporavam determinadas estruturas de gênero em sua busca. As interlocutoras que procuravam um companheiro fixo desejavam que este estivesse dentro da norma de gênero, fosse masculino, mais alto, tivesse maior salário etc; uma de suas interlocutoras relata que encerrou a relação com um potencial parceiro por ele ter relatado que este gostaria de ficar cuidando da casa.

No estilo de uso racional, a ordem de gênero é mantida e sustentada por crenças românticas nas quais a felicidade está condicionada à presença de um outro, no caso da mulher heterossexual, um homem protetor à moda antiga. Mas, é interessante observar que, contrariando as tradicionais ideias românticas a respeito da irracionalidade do amor, as Tunderelas românticas são as mais racionais de todas as princesas. Com perdão pelo jogo irônico de palavras, podemos nos surpreender ao perceber que “o cupido sabe bem aonde mirar sua flecha”, pois no estilo racional, a Tunderela “não está para brincadeiras”, pelo contrário, tem um objetivo claro, encontrar um bom marido (FIGUEIREDO, 2016, p. 120).

Em contrapartida, algumas de suas interlocutoras exibiram uma flexibilidade maior

quanto ao lugar que o homem ocuparia na relação, evidenciando uma nova dinâmica de gênero onde se desvincula do homem o papel de provedor central da relação. Uma de suas interlocutoras que ganhava quase o triplo de salário de um antigo namorado expôs como equilibravam essas questões durante sua relação:

[...] eu quero um cara que não se incomode com o meu dinheiro, com o meu sucesso profissional e que também leve isso numa boa, e que saiba lidar com esse tipo de situação se ele não tiver. Tanto que meu segundo namorado, que eu lhe falei, que durou um ano e pouco, ele era professor de colégio, ele ganhava quase um terço do que eu ganho, mas ele levava numa boa, então ele assim, ele gostava de uma vez por mês, ele me levava para jantar num lugar caro, e daí ele pagava, ele gostava de fazer umas gentilezas, agora no dia a dia a gente almoçava mais em lugares de preço justo e rachava a conta ou, às vezes, eu até pagava para ele e quando tinha alguma ocasião especial, porque, às vezes, ele gostava de fazer a ocasião especial, não só datas comemorativas, mas ele gostava de fazer o jantar também, né? Então eu chegava na casa dele e tinha velas acesas, então ele compensava um pouco as dificuldades financeiras dele com esforço da parte dele (FIGUEIREDO, 2017, p. 137).

Através das obras vistas até aqui é possível compreender as alterações nas dinâmicas de gênero e como estão refletidas no uso e nas buscas em aplicativos. Para homens com desejos homoeróticos os aplicativos possibilitaram a experiência da sexualidade e do desejo estabeleceram uma nova gramática entre exposição e segredo da homossexualidade. Constituíram dentro de segmentos de sites e aplicativos o desejo e a busca em “passar por hétero” uma camuflagem do desejo que permite a manutenção das relações sociais, para isso, demandam que o usuário busque se relacionar com sujeitos que se consideram discretos. Para além, a corporalidade desejada dentro dos segmentos digitais se trata de uma construção histórica a qual colocou determinada corporalidade e masculinidade no topo da pirâmide do desejo, sendo comum o rechaço por parte de usuários a, principalmente, homens afeminados, mas também gordos, mais velhos e negros.

Ao analisarem as relações entre homens e mulheres heterossexuais, as autoras evidenciaram uma complexa transformação e a incorporação de novas categorias de gênero que se estende aos aplicativos, ainda que aparecem de forma desigual, ressaltando assimetrias entre os gêneros. Os estudos de Pelúcio (2017) e Figueiredo (2016) trazem dados empíricos onde é possível visualizar nuances no comportamento de gênero, há mulheres que se afastam do comportamento tradicional feminino e buscam parceiros que saibam lidar com suas

demandas pessoais e profissionais, algumas buscam em aplicativos um parceiro com o comportamento “tipicamente masculino” de provedor e protetor.

Já com relação ao comportamento masculino, os homens entrevistados por Pelúcio (2017) realizam certa reflexão quanto a categorias de gênero, ainda que com dificuldade. Se mostraram surpreendidos por mulheres que apresentam um comportamento desapegado e ativo na busca sexual. Apresentaram certa resistência às novas categorias de gênero, mas tiveram que se adequar ao novo mercado dos afetos. Essas questões podem ser observadas a partir da fala de um dos interlocutores de Pelúcio (2017, p. 154):

Mas achei muito interessante porque ela botava um limite, então, ela dizia ‘tu mexe comigo’, quer dizer, era o tesão, né? Mas, não tinha afeto, não tinha uma história de afeto. Aí, um dia ela acordou, e não falou mais comigo (risos). Eu achei legal, porque eu acho que é uma atitude bem masculina. Né? É um negócio doido” (PELÚCIO, 2017, p. 154).

3.2 A nova economia do desejo: desigualdades na busca afetiva-sexual

Ao discutir o uso de aplicativos em contexto brasileiro é possível a partir da bibliografia selecionada visualizar alterações significativas na estrutura do campo afetivo que passa a ser dominado pela estrutura do mercado, a característica central do mercado é a desigualdade entre os bens de consumo, dessa forma, o mercado dos afetos se constitui como desigual por privilegiar determinados sujeitos e os colocá-los como alvo do desejo. O capital sexual dominante é constituído pela aparência de corpo e rosto, estilo sociocultural e afetividade, a partir dos trabalhos selecionados fez-se possível visualizar características dominantes que definem a busca sexual em aplicativos. Os sujeitos que optam por utilizar aplicativos para relacionamento se vêem condicionados a se adequar de alguma maneira às exigências do mercado dos afetos visando angariar o maior número possível de parceiros. Para mais, os aplicativos despertam no usuário uma falsa sensação de agência e um grande número de parceiros, porém, as escolhas on-line ocorrem baseadas na busca pelo capital sexual dominante (ILLOUZ; KAPLAN, 2020), assim é comum que os usuários relatem constantes frustrações relacionadas aos usos dessas tecnologias.

O conceito de nova economia do desejo foi cunhada pela socióloga Elizabeth Bernstein (2010), em pesquisa sobre prostituição feminina heterossexual em San Francisco, porém foi amplamente caracterizada e difundida pelo sociólogo Richard Miskolci (2014) a qual associou o conceito as novas mídias digitais móveis, se referindo a uma ampla mudança a qual o “afeto, sexo e amor passam a se dar em uma nova configuração econômica, de trabalho e de consumo, em que as relações sociais são mediadas digitalmente” (MISKOLCI, 2014, p. 273). Richard Miskolci (2014) relata transformações na esfera econômica em San Francisco devido ao Vale do Silício, o que atrai sujeitos de classe média altamente escolarizados e que trabalham no ramo da tecnologia, conjuntamente houve o processo de gentrificação na cidade que passou a ser higienizada a fim de atrair sujeitos com alto poder de consumo.

Em San Francisco a nova economia do desejo, já consolidada, se trata de mudanças na esfera sexual diretamente relacionadas com transformações econômicas e tecnológicas. Como dito anteriormente, o roteiro heterossexual de namoro-noivado-casamento se tornou obsoleto frente às exigências de qualificação profissional e do mercado de trabalho, requerendo outro planejamento de vida mais flexível e no qual as relações duradouras perdem espaço ou são adiadas. Esse fato ocorre devido a instabilidade profissional e a maior dificuldade que jovens encontram em se estabelecerem no mercado, Miskolci (2014) associa a nova economia do desejo com a obra “O novo espírito do capitalismo” de Boltanski e Chiapello (1999) “no qual trabalhadores são incitados a adaptar-se a um contexto de incerteza constante, sem estabilidade profissional, adaptando-se cada vez mais às situações inesperadas, de forma a manter sua empregabilidade (MISKOLCI, 2014, p. 291). Nesse sentido, a nova economia do desejo trata-se:

[...] de uma ética sexual flexibilizada por um enquadramento em que mais oportunidades e seleção de parceiros se tornaram possíveis, assim como se reduziram as condições para comprometimentos, os quais não apenas diminuem as oportunidades amorosas e sexuais, como também interferem no foco trabalho/carreira (MISKOLCI, 2014, p. 291).

Esse conceito surge como contraponto à "sexualidade recreativa" adotada por Laumann et al. (2000), Bernstein (2010), Kimmel (2008) e Illouz (2012) que tratam a

centralidade do sexo sem compromisso e das relações efêmeras a uma mudança na seara sexual. O que Miskolci (2014) expõe é que as transformações na esfera econômica e de trabalho impactam a formação das relações afetivas, as exigências profissionais associada a maior dificuldade de independência econômica faz com que a construção de relações duradouras fiquem em segundo plano ou não sejam cogitadas.

[...] as novas tecnologias, especialmente as móveis, ampliam a socialização e os contatos, o que não equivale necessariamente a prover relações e relacionamentos, os quais continuam a exigir o contato face a face contínuo, maior troca de informações e envolvimento emocional. Além disso, ao menos entre meus colaboradores no contexto de San Francisco, a nova economia do desejo se associa à maior importância atribuída ao trabalho e à carreira do que à própria vida amorosa ou sexual. Portanto, é muito menos “recreativa” do que parece e está associada a uma experiência de classes médias ascendentes, cuja estabilidade profissional e/ou econômica é muito menor do que a das gerações passadas (MISKOLCI, 2014, p. 291).

A nova economia do desejo promoveu a higienização do *cruising*, termo utilizado para descrever o sexo casual realizado entre homens de modo anônimo e em espaços públicos, dando início ao *hook up*, que foi amplamente difundido para qualquer sexualidade, os aplicativos “incentivaram formas de segmentação, seleção de parceiros e até mesmo graus diversos de ‘envolvimento’ em um espectro que engloba o sexo anônimo e sem compromisso” (MISKOLCI, 2014, p. 281-282). A nova economia do desejo coloca de maneira mais explícita a racionalidade na gestão da afetividade, se em um primeiro momento utilizar aplicativos de relacionamento eram vistos como fracasso na vida amorosa, hoje se tornaram parte da vivência cotidiana, desenvolvendo uma nova maneira de sociabilidade através das mídias digitais.

É possível compreender as alterações no campo afetivo fruto da nova economia do desejo a partir das interlocutoras de Lígia Baruch de Figueiredo (2016) a qual o uso recreativo e curioso estava relacionado a falta de disponibilidade e interesse para a construção de laços duradouros, dessa forma, outras demandas como a carreira profissional são almejadas em detrimento de relacionamentos. Em conjunto, as interlocutoras que utilizam o aplicativo para uso racional apresentaram uma linguagem que classifica as mudanças no campo afetivo, o aplicativo é visto como cardápio onde se realizam as seleções buscando atingir uma meta

específica.

Um aspecto interessante de observar no estilo racional é a utilização de algumas palavras e expressões como, por exemplo: objetivo, proposta, aprender a mexer no ‘cardápio’, meta, seleção, reserva de mercado, que sinalizam um vocabulário antes específico dos meios profissionais, num processo de apropriação em que o aspecto racional típico das empresas se mescla aos ideais românticos (FIGUEIREDO, 2016, p. 122).

As empresas por trás dos aplicativos lucram a partir do uso de suas plataformas, as relações se tornarem menos duradouras implicam diretamente em um retorno mais rápido à busca sexual e por consequência ao aplicativo. Apesar disso, os aplicativos de relacionamento apostam na sensação de abundância de parceiros, de que “basta deslizar o dedo para a direita para encontrar alguém”. Esses aplicativos em sua maioria apresentam uma versão paga que contém novas ferramentas e possibilidades de uso, assim, o discurso circulante nessas plataformas é que o usuário que contrata tais pacotes pagos terá maiores chances de encontrar o que procura. Essa visão mercadológica das relações instaurou uma nova maneira de se relacionar através das mídias, em um primeiro momento o usuário é induzido a acreditar que há um universo de possibilidades online, porém, a pesquisa empírica de Figueiredo (2016) e Pelúcio (2017) revelam insatisfações por parte dos usuários frente ao usos dos aplicativos, relatando cansaço de interagir com os demais perfis, frustrações com encontros considerados ruins e aos sujeitos que desejam estabelecer relações a longo prazo se deparam com dificuldades para cumprir esse objetivo.

Esta nova economia do desejo está fortemente informada por esferas da vida que parecem apartadas e mesmo antagônicas, mas as tomo como fortemente relacionadas: a produção subjetiva do desejo no campo dos afetos e as dinâmicas contemporâneas do mercado. Esta nova economia, proponho, tem contribuído para configurar uma outra geografia dos e para os encontros, assim como tende a constituir novas formas subjetivas para se lidar com as emoções, exigindo investimentos emocionais sensíveis (PELÚCIO, 2017, p. 43-44).

A frustração com os usos dos aplicativos não ocorre na falta das ferramentas pagas ou

escassez de perfis para a interação, o resultado de insatisfações com os usos de aplicativos ocorre porque o mercado afetivo se sustenta a partir da desigualdade entre os sujeitos, que passam a lidar de maneira consciente com padrões estéticos e sociais nos usos das plataformas.

Com relação ao capital sexual, no campo de Larissa Pelúcio (2017) alguns homens entrevistados por ela relataram que compreendiam não serem considerados o perfil mais atraente, desse modo, sua busca sexual ocorria a partir dessas percepções que tinham sobre si mesmos, com a consciência de que o perfil pessoal poderia ser pouco atrativo para mulheres, esses sujeitos buscavam incorporar outros atrativos para “compensar” a falta de determinados atributos considerados como atraentes nos aplicativos.

Os aplicativos para relacionamento colocam os usuários em uma intensa reflexão sobre si mesmo, a escolha em mobilizar as informações no perfil e a escolha das fotografias é consciente à medida que na nova economia do desejo a independência financeira, desenvolvimento profissional e nível cultural tornam-se partes importantes para constituição de relações, mesmo as relações casuais (MISKOLCI, 2014). Na construção imagética em perfis de sites ou aplicativos, Zago (2009) ao analisar as fotografias exposta no disponível.com denomina de projeto *mostrar-sombrear* a maneira que os homens observados ressaltavam determinados atributos físicos, como peitoral e braços musculosos; e ocultavam outras características, como o rosto. A escolha das fotografias e informações expostas constituem o que Zago (2009) denomina de *currículo*, construções linguísticas e visuais que ancoradas em signos compartilhados pelo grupo comunicam determinada mensagem como classe, expressão de gênero, capital cultural etc.

Chamo os perfis dos internautas de currículo para qualificar o conjunto de informações ali publicadas por eles sobre corpo, gênero e sexualidade. O que está publicado nos perfis dos usuários são informações prévias e intencionalmente selecionadas que os demais visitantes devem saber e que devem conhecer [...] Aquilo que é informado através das páginas pessoais apresenta conhecimentos relevantes, saberes importantes, significados pertinentes para a descrição, apresentação e produção daquilo que está ali descrito na mesma medida em que também indica que há outras informações que ali não estão publicadas, que não compõem esta grade de saberes, que ficaram no domínio da ignorância. Tudo aquilo que não é dito ou que não é mostrado nos perfis acaba, por isso mesmo, sendo pertinente para sua problematização (ZAGO, 2009, p. 13).

Através da análise dos currículos expostos em sites e aplicativos os usuários classificam o perfil como atraente e se este vale a pena investir seu tempo. As tinderelas de Lígia Baruch (2016), pertencentes a classe média e com alta qualificação profissional e escolarização, exibem a maneira como orientam sua busca sexual para usuários que apresentam semelhanças quanto ao seu padrão de vida. Quando se dispoem a ir ao encontro e na interação offline percebem que o sujeito se distancia de sua realidade decidem não manter contato e/ou classificam o encontro como ruim. De modo semelhante, os interlocutores de Larissa Pelúcio (2017) exibiram alguns critérios para a interação online, destacando a norma culta da língua portuguesa, saber falar ou “teclar” corretamente se mostrou em um primeiro momento como responsáveis por despertar um interesse inicial, para além, seus interlocutores valorizavam características distintas no público feminino.

O encontro presencial em ambas as pesquisas são produtores de constantes descontentamentos, na pesquisa de Iara Beleli (2015) as mulheres entrevistadas exibiam um pleno domínio da leitura das fotografias expostas, buscando elementos que (des)qualificavam seus potenciais parceiros, passando nos testes de seleção de usuários, elas se disponibilizavam ao encontro presencial. Uma de suas interlocutoras relata a experiência a qual havia dedicado um grande tempo em conversas online, vídeo-chamadas e ligações com um homem, ao marcar o encontro presencial pode perceber que o homem apresentava um problema de postura, descrito por ela como “parecendo um orangotango”, a partir disso ela decidiu não manter mais contato e terminou o relacionamento da mesma forma que começou, por mensagem.

A leitura do perfil é feita a partir do que está exposto no currículo, construído para evidenciar características positivas do sujeito, a produção imagética evoca a construção para uma audiência, como diria Goffman (1985) se trata de uma representação do eu, as mídias digitais colocam de maneira mais explícita a produção do eu pois estimulam constantemente os sujeitos a se descreverem na tentativa de construir uma versão autêntica de si mesmo. Uma interlocutora de Figueiredo (2016) satiriza a produção do currículo em sites e aplicativos afirmando que predomina a “persona rivotril” pois nos aplicativos todos “estão de bem com a vida”. Assim, em aplicativos os usuários se projetam como pessoas bem resolvidas, positivas, de bem com a vida, exibem-se em passeios no mar, em carros luxuosos, utilizando

determinados artigos de marca etc, o que ressalta a presença de estratégias de marketing pessoal e empreendedorismo de si. A nova economia do desejo demanda que os usuários busquem um constante refinamento pessoal e em suas escolhas on-line, se orientando por padrões corporais e sociais que são acessíveis a uma pequena parcela dos usuários.

Outro fator que deve ser considerado para análise ocorre a partir de idealizações dos usuários nas interação online, como Illouz (2011) afirma, na internet os usuários procuram pessoas que consideram melhores que a si mesmos para se relacionarem. Em minha pesquisa de mestrado (STACK, 2022) foi comum meus interlocutores afirmarem que existiam perfis que exigiam características que não possuíam. Esse fato se relaciona com a intensa exigência e refinamento do capital sexual dominante na busca sexual, os perfis se projetam online acionando estratégias que os tornam atraentes e procuram determinados perfis que apresentam a aparência, estilo sociocultural e afetividade vistas como ideais, trata-se de padrões sociais praticamente inalcançáveis que demandam uma intensa gestão de si e acesso a determinados bens. Sendo assim, a busca por um modelo irreal ou não compatível com a realidade é responsável por produzir no usuário a constante insatisfação durante a sua busca em aplicativos, uma eterna espera por encontrar um produto melhor ou o produto ideal.

Nas pesquisas de Richard Miskolci (2017), Larissa Pelúcio (2017) e Lígia Baruch (2016) os aplicativos não são vistos apenas como pontes para o encontro offline, a sensação de gestão da vida amorosa e a busca em si se mostraram como um ponto de satisfação no uso dos aplicativos. As conversas por aplicativos são rapidamente abandonadas quando o usuário encontra alguém que considera mais interessante e quer conquistar. Por outro lado, foi incomum os usuários relatarem conversas online que se estenderam por um longo período de tempo além de alguns dias ou semanas, em conjunto, muitos deles descreveram existir uma certa urgência no encontro offline, assim, como destaca Pelúcio (2017) os aplicativos de relacionamento são mídias ansiosas onde “o adiamento do encontro presencial pode gerar desinteresse das partes ou de uma das pessoas envolvidas. Há uma velocidade/ansiedade que rege as buscas e a efetivação da experiência erótica e sexual” (p. 67).

O uso dos aplicativos colocou o capital sexual como central na busca amorosa, as interações on-line são constituídas desde que resultem em um encontro offline a curto prazo. De modo semelhante muitos de meus interlocutores acessavam o aplicativo desde que o encontro presencial fosse constituído em um curto período de tempo (no máximo algumas

horas). Esse interlocutor acionava o aplicativo quando as demandas de sua pós-graduação permitiam tirar um tempo para encontros sexuais. Não obstante, a maioria dos perfis entrevistados relataram frustrações com o uso do aplicativo, afirmando excluir o aplicativo com frequência, mas acabavam retornando ao aplicativo para encontros sexuais e afetivos (STACK, 2022).

A nova economia o desejo é utilizada para caracterizar as transformações contemporâneas nas buscas entre parceiros amorosos e sexuais que vai além de exigências profissionais, mas está intimamente relacionada a uma mudança na concepção dos relacionamentos, onde o sexo casual e o descompromisso são aspectos centrais da afetividade, para além, as escolhas online são orientados a partir da estrutura do mercado, de trabalho e consumo. Ao analisar os aplicativos amorosos no cenário pandêmico Pelúcio (2022) evidencia que as escolhas e curtidas online reforçam assimetrias sociais, “a tendência será colocar em seu radar as pessoas que atendem aos padrões mais hegemônicos. Com nossas “curtidas” vamos reforçando exclusões e levando para a realidade das plataformas as mazelas estruturais de uma sociedade profundamente desigual” (p. 210).

A sensação de livre escolha também é algo característico do mercado neoliberal, o self made man, porém a realidade é que digitalmente as interações são reguladas por interesses corporativos mascarados que induzem os usuários a acreditarem na abundância de parceiros disponíveis, em contrapartida, esse mercado é regulado por um capital sexual dominante que é correspondido por uma pequena parcela de usuários, mas é amplamente difundida na busca sexual, o que resulta em uma cobrança por um modelo praticamente inalcançável e que não é correspondido pelos usuários que o acionam em sua busca. Esse fato desperta ao usuário a sensação de insatisfação com os usos de aplicativos, essa frustração das interações on-line são atribuídas aos usuários ou ao aplicativo, mas nunca a maneira como as relações são estruturadas.

Culpar o aplicativo pelo insucesso dos encontros ou pelo catálogo pouco atraente de perfis não foi uma fala incomum entre os homens que colaboraram com minha pesquisa (Pelúcio, 2019). Justificavam assim os insucessos e atribuíam suas frustrações ora às mulheres “complicadas”, “interesseiras”, “sem noção”, ora ao próprio aplicativo: “só atrai gente louca”, “não funciona”, “se você não paga uma conta VIP você não vai se dar bem” (frases que recolhi durante a interação com colaboradores da citada pesquisa) (PELÚCIO, 2022, p. 209).

A nova economia do desejo acelera as relações digitais, caracterizada como mídias ansiosas (PELÚCIO, 2017), da interpelação online, ao encontro presencial, término e retorno a busca sexual acontece de modo acelerado, o contato sexual é em muitas relações o primeiro e único passo dado pelos usuários. Os que buscam a construção de relacionamentos, como o caso das tinderelas de uso racional, encontram dificuldades em encontrar parceiros que cumpram o *checklist* formulado por essas usuárias para selecionar o melhor produto de um menu ou catálogo que em um primeiro momento se mostra quase infinito, mas que na prática expõe a desigualdade a qual se constitui o mercado dos afetos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O avanço tecnológico e digital resultou em transformações sociais que se estenderam a todos os segmentos da sociedade. O surgimento da internet e de computadores foi possível graças às descobertas e progresso de tecnologias e serviços que resultaram no avanço tecnológico em curto período de tempo. Com o desenvolvimento da internet se fundou um novo campo de sociabilidade, onde empresas privadas aproveitaram da oportunidade para extrair lucros, atualmente podemos afirmar que experienciamos uma cultura da conectividade (VAN DIJCK, 2016) onde cada vez mais a vida cotidiana está mesclada com a tecnologia. Christine Hine (2015) afirma que a internet possui três dimensões: é incorporada, corporificada e cotidiana. As fronteiras entre o on-line e offline contemporaneamente estão borradas, experienciamos um continuum on-offline na maneira como incorporamos às nossas experiências digitais no cotidiano.

O fluxo de dados em rede são controlados por grandes empresas que utilizam de dados produzidos online para a venda, desenvolvendo um superávit comportamental, capaz de influenciar nosso comportamento em rede. As plataformas não são apenas ferramentas tecnológicas, elas produzem e são produzidas pelo meio social e moldam a forma como as pessoas interagem entre si. Possuem interesses particulares ligados ao consumo e a recursos econômicos, o que faz delas não neutras. Apesar disso, na sociedade das plataformas são mascarados os interesses comerciais e econômicos dessas empresas aos usuários, que são levados a acreditarem que navegam na internet de modo livre. Esse fato ocorre devido aos aplicativos instigarem superficialmente uma agência na construção de uma narrativa em rede e a participação na narrativas de outros usuários através de ferramentas como like, comentários, compartilhamentos etc.

As transformações sociais que surgiram em conjunto com a tecnologia fez emergir um campo de estudos destinado a compreender esses fenômenos, a Antropologia Digital e Sociologia Digital se consolidaram ao explorarem a relação entre tecnologia, economia e cultura. No campo afetivo, Illouz (2011) evidencia que o capitalismo e a afetividade andaram de mãos dadas para desenvolver uma cultura afetiva que está estruturada a partir do mercado, o que resultou no que ela denomina de capitalismo afetivo. O capitalismo afetivo instaurou um novo habitus afetivo a qual moldou a maneira como nos relacionamos

contemporaneamente. O capital sexual é cunhado por Illouz e Kaplan (2020) para expressar os atributos que orientam o desejo através das mídias, composto por aparência de corpo e rosto, afeto e estilo sociocultural. Em aplicativos e sites de relacionamento os usuários procuram pessoas que consideram melhores que a si mesmo, os perfis de usuários devem se adequar a estrutura de mercado, devem saber empreender sobre si e buscam constantemente um refinamento pessoal, para isso, procuram adequar o corpo a determinada norma, expor capital econômico ou cultural.

Essas mudanças desenvolvem o que Miskolci (2016) denomina de a nova economia do desejo, onde as relações são configuradas a partir da ótica do mercado, trabalho e consumo. Nas pesquisas em contexto brasileiro foi possível visualizar a maneira como diferentes sujeitos utilizam aplicativos e seus objetivos na busca sexual. As mudanças sociais na estrutura do gênero impactaram as relações afetivas e a maneira como os sujeitos interagem através das mídias. A bibliografia brasileira está em diálogo com a produção internacional e auxilia a compreender os fenômenos sociais e tecnológicos no contexto brasileiro, para além, contribuem a repensar conceito e categorias como o fato de autores internacionais terem utilizado a “sexualidade recreativa” para explicar as mudanças no campo afetivo, o que não pode ser confirmada visto que as exigências do mercado por qualificação profissional, cargas exaustivas de trabalho e instabilidade tornam o campo sexual “menos recreativo” do que parece.

Ao analisar a construção do desejo para homens que buscam homens, Miskolci (2017) evidenciou que a epidemia do HIV/AIDS, a pornografia e as perseguições a homossexuais impactaram a construção do desejo que on-line está orientada a homens masculinos e musculosos. Sua obra é fundamental para discutir a experiência da sexualidade em ambientes on-line, o regime heterossexista a qual esses sujeitos constituem relações familiares, amizades e profissionais o que demandam que muitos homens tenham que esconder seu desejo, assim, essas questões refletem em sua busca sexual, na procura por homens que compartilhem do mesmo segredo. Como pontua Miskolci (2016) os aplicativos para relacionamento tiveram ampla adesão ao público masculino com desejos homoeróticos, um dos fatores é que proporciona a agência da vida afetiva a sujeitos antes excluídos do circuito do desejo.

Nas relações heterossexuais, Pelúcio (2017) mostra que os usuários a qual entrevistou apresentaram uma reflexão de gênero, ainda que custosa, pois tiveram que se adaptar às

mudanças no comportamento feminino. Como evidencia a pesquisa de Figueiredo (2016) suas interlocutoras se distanciam da idealização do papel tradicional feminino, são mulheres de classe média, escolarizadas, dedicadas à carreira profissional, que apresentam maior agência na busca afetiva.

Os usos dos aplicativos estão relacionadas aos objetivos traçados pelas interlocutoras, as usuárias que não apresentam pretensões de construir relações duradouras utilizam o aplicativo para uso recreativo (conversar, flertes e encontros casuais) ou curioso (experimentação da plataforma). Essas formas de uso estão vinculadas diretamente à nova economia do desejo, onde a carreira profissional assume objetivo central e as relações amorosas ficam em segundo plano.

As interlocutoras de uso racional, a qual traçaram objetivos delimitados com o uso do aplicativo, como arrumar um companheiro, exibiram de forma mais acentuada a racionalidade característica da economia do desejo, gerenciava as interações online com metas e objetivos, apresentavam uma série de requisitos para que sobressaísse o melhor produto, em contrapartida, relataram a dificuldade em encontrar sujeitos para relacionamento. Illouz (2011) acredita que os aplicativos de relacionamento trouxeram a racionalidade para o campo afetivo, Miskolci (2017) expõe que sempre houve uma racionalidade na busca afetiva pois as relações dificilmente fugiam a classe, raça, idade etc, o que ocorre é a maneira como aplicativos acentuam essa racionalidade e colocam o sujeito em intensa reflexão sobre sua posição no mercado dos afetos.

A dificuldade ou frustração das interações online esteve presente para os interlocutores das pesquisas, os homens entrevistados por Pelúcio (2017) culpavam as usuárias ou o aplicativo que “só atrai gente doida”, mas em nenhum momento questionaram o modelo a qual as relações são produzidas. A construção dos perfis online evocam a “persona rivotril” satirizada por uma das interlocutoras de Lígia Baruch de Figueiredo (2016), os perfis são construídos como currículos (ZAGO, 2009), buscam se tornar atrativos a partir das descrições e da seleção imagética, assim, estratégias são acionadas para a construção do perfil. O que as interações dos entrevistados e a literatura revela é que a nova economia do desejo mescla aspectos sociotécnicos contemporâneos que desenvolvem uma cultura afetiva intensamente relacionada ao consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELELI, I. **O imperativo das imagens**: construção de afinidades nas mídias digitais. Cadernos Pagu (UNICAMP), n. 44, p. 91-114, 2015.

BOURDIEU, P. **O senso prático**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

CASTELLS, M. A comunicação na era digital. In: **O poder da comunicação**. 1º ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015, p. 101-190.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. tradução Roneide Venancio Majer; atualização para 6ª edição: Jussara Simões. - (A era da informação : economia, sociedade e cultura ; v.1) São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DUARTE, Alice. « **A antropologia e o estudo do consumo**: revisão crítica das suas relações e possibilidades », Etnográfica [Online], vol. 14 (2) | 2010, Online desde 17 outubro 2011, consultado em 12 fevereiro 2021. URL: <http://journals.openedition.org/etnografica/329>; DOI: <https://doi.org/10.4000/etnografica.329>.

FIGUEIREDO, L. B. **Tinderelas**: busca amorosa por meio de aplicativos para smartphones. São Paulo: Tese de doutorado, 2016. Programa de Pós-graduação em Psicologia Clínica, 2016.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. São Paulo, Graal, 2010.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. tradução de Maria Célia Santos Raposo, Petrópolis: Vozes, 1985.

HINE, C. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. **Etnografia e consumo midiático**: novas tendências e desafios metodológicos. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

HINE, C. **Ethnography for the Internet**: Embedded, Embodied and Everyday, Bloomsbury, Londres, 2015.

ILLOUZ, E. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

ILLOUZ, E. **No coração pulsante da cultura** – Entrevista com Eva Illouz. Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar, v. 6, n. 2, jul.-dez. 2016, p. 299-308.

ILLOUZ, E.; KAPLAN, D. **El capital sexual en la modernidad tardía**. traducción Vicente Merlo Lillo. Barcelona: Herder editora, 2020.

LEITÃO, Débora K; GOMES, Laura Graziela. **Gênero, sexualidade e experimentação de si em plataformas digitais online**. Civitas: Revista de Ciências Sociais. v. 18, n. 1, 2018, p. 171-186.

LUPTON, D. **Digital Sociology**. New York/London, Routledge, 2015.

MARTINOVICH, V. **Búsqueda bibliográfica : cómo repensar las formas de buscar, recopilar y analizar la producción científica escrita**. - 1a ed. - Remedios de Escalada: De la UNLa - Universidad Nacional de Lanús, 2022. Libro digital.

MILLER, D.; SLATER, D. **Etnografía on e off-line**: Cibercafés em Trinidad. Porto Alegre: Horizontes Antropológicos, 2004.

MILLER, D.; HORST, H. A. **O Digital e o Humano**: prospecto para uma Antropologia Digital. Paráfraso: . Jul/Dez. 2015, V.2 , N.3 (2015) ISSN: 2317- 4919.

MISKOLCI, R.; BALIEIRO, F. F. **Sociologia Digital**: balanço provisório e desafios. Revista Brasileira de Sociologia, vol.6, nº12, 2018.

MISKOLCI, R. **Sociologia Digital**: notas sobre pesquisa na era da conectividade. Contemporânea: v. 6, n. 2 p. 275-297, Jul.–Dez. 2016.

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

MISKOLCI, R. **San Francisco e a nova economia do desejo**. São Paulo: Lua Nova, 2014.

MISKOLCI, R. **O Armário Ampliado** – Notas sobre sociabilidade homoerótica na era da internet. Niterói, v. 9, n. 2, p. 171-190, 1. sem. 2009.

PELÚCIO, L. **Amores em tempos de aplicativos**. Bauru: Unesp, 2017.

PELÚCIO, L. **A uberização do amor – aplicativos de encontros em cenário tecnoliberal e pandêmico**. Tomo nº 41 Jul/Dez, 2022.

ROSE, N. Administrando indivíduos empreendedores. In: **Inventando nossos selfs**. Petrópolis: Vozes, 2011.

SEDGWICK, E. K. **A Epistemologia do Armário**. In: Cadernos Pagu. Tradução de Plínio Dentzien. Campinas: Núcleo de Estudos de Gênero Pagu, 2007.

SIBILIA, P. Eu, eu, eu...você e todos nós. In: **O show do eu**. 2a ed. Revisada. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, T.T. et al. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

STACK, D. S. **“Tudo começa na internet”?**: Homossexualidades em contextos interioranos no Rio Grande do Sul. Santa Maria: Dissertação de mestrado, 2022. Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, 2022.

TURKLE, S. **Alone together**: why we expect more from technology and less from each other.

ISBN 978-0-465-01021-9. New York: Basic Books, 2011.

VAN DIJCK, José. **La Cultura de la Conectividad**: una historia crítica de las redes sociales. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, 2016. Cap. 1 e 2, p. 17-76.

VAN DIJCK, José ; POELL, Tomas; WAAL, Martijn de. **The platform society**: public values in a connective world. New York : Oxford University Press, 2018. p. 7- 48.

ZAGO, L. F. Masculinidades disponiveis.com: sobre como dizer-se homem gay na internet. 2009. p. 277. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Porto Alegre, Porto Alegre, RS, 2009.

ZUBOFF, S. **The Age of Surveillance Capitalism**: the fight for a human future at the new frontier of power. New York: Hachette, 2019.