

A uberização do amor – aplicativos de encontros em cenário tecnoliberal e pandêmico

*Larissa Pelúcio**

Resumo:

Neste artigo apresento e discuto de forma ensaísta os impactos do neoliberalismo conservador nas relações erótico-amorosas mediadas pelos aplicativos móveis para relacionamentos, os efeitos da crise sanitária da Covid-19 na busca por parcerias e como a dimensão afetivo-sexual encontra paralelos no presente com a esfera do trabalho precarizado de motoristas e entregadores de aplicativos, a chamada uberização do trabalho. Inspirada pelas proposições recentes da socióloga Eva Illouz, busco o cruzamento entre capitalismo, afetos e a relação entre sexo e tecnologia como componentes de uma nova forma de (não) sociabilidade. Assumo que o amor é uma força política que se encontra colonizada pelos discursos reiteradores do amor romântico. Um tipo de amor alicerçado na desigualdade de gênero, no individualismo e no consumo de emoções e produtos.

Palavras-chave: Aplicativos para relacionamentos. Uberização. Neoliberalismo. Amor romântico. Pandemia Covid-19.

* Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP – Bauru). E-mail: larissa.pelucio@unesp.br. <https://orcid.org/0000-0001-6212-3629>

The uberization of love - dating apps in a technoliberal and pandemic scenario

Abstract:

In this article I present and discuss in an essayistic way the impacts of conservative neoliberalism for erotic-love relationships mediated by mobile apps for relationships, the effects of the health crisis of Covid-19 in the search for partnerships and how the affective-sexual dimension finds parallels in the present with the sphere of precarious work of drivers and deliverers of apps, the so-called uberization of work. Inspired by the recent propositions of sociologist Eva Illouz, I seek the intersection between capitalism, affections, and the relationship between sex and technology as components of a new form of (non)sociability. I assume that love is a political force that is colonized by the reiterating discourses of romantic love. A type of love grounded in gender inequality, individualism, and the consumption of emotions and products.

Keywords: Dating apps. Uberization. Neoliberalism. Romantic love. Pandemic Covid-19.

La uberización del amor: las aplicaciones de citas en un escenario tecno-liberal y pandémico

Resumen:

En este artículo presento y discuto de forma ensayística los impactos del neoliberalismo conservador en las relaciones erótico-amorosas mediadas por las apps móviles de relaciones, los efectos de la crisis sanitaria de Covid-19 en la búsqueda de parejas y cómo la dimensión afectivo-sexual encuentra paralelismos en el presente con la esfera del trabajo precario de los conductores y repartidores de apps, la llamada uberización del trabajo. Inspirado en las recientes propuestas de la socióloga Eva Illouz, busco la intersección entre el capitalismo, los afectos y la relación entre el sexo y la tecnología como componentes de una nueva forma de (no) sociabilidad. Asumo que el amor es una fuerza política colonizada por los reiterados discursos del amor romántico.

Un tipo de amor basado en la desigualdad de género, el individualismo y el consumo de emociones y productos.

Palabras clave: Apps para relaciones. Uberización. Neoliberalismo. Amor romântico. Pandemia Covid-19.

*Daqui a pouco viro, youtuber
Porque tá faltando amor
Com quem faço amor
Parece que tô fazendo uber*
(Uberização do Amor - Tutu & Natkym).

Da janela, a rua da Consolação parecia ainda mais decadente. Pouca gente nas calçadas, lojas com portas de ferro baixadas, sujas de tempo e fuligem. As sirenes das ambulâncias mantinham uma regularidade inquietante, soavam à peste. Os entregadores montados em motos ou bicicletas pareciam mais solitários que nunca. São Paulo estava impregnada de abandono. Todo mundo parecia menos feliz em 2020¹, um ano de um longo *déjà vu* distópico. Vivíamos o que já tínhamos visto em filmes e séries. Vírus, anomia, comunicação por meio de telas, teletrabalho, *lives*, Tinder, Ifood, um mundo novo e nada admirável.

[...] no auge da pandemia se observou, sobretudo, uma mudança na paisagem urbana das grandes metrópoles brasileiras. Em suas motos ou bicicletas, com caixas coloridas penduradas nas costas, eles cruzavam ruas e avenidas para realizarem suas entregas. Enquanto muitos se protegem no

¹ A partir da análise de 725 questionários disponibilizados online, Alex Primo procurou avaliar como as interações online foram mantidas como forma de enfrentamento do distanciamento social que inviabilizou os contatos presenciais durante o período de isolamento social no Brasil devido à pandemia do novo coronavírus. Entre as questões, a pesquisa procurou avaliar o “nível de felicidade” dos/das respondentes em comparação ao período que antecedeu a pandemia e o consequente isolamento. À questão “De maneira geral, como você se sente?” foram apresentadas as seguintes alternativas: “Muito triste”; “Triste”; “Nem triste, nem feliz”; “Feliz”; “Muito feliz”. Os resultados revelam um significativo deslocamento de “Feliz” ou “Nem triste nem feliz” antes do isolamento para uma concentração em ‘Nem triste, nem feliz’ e ‘Triste’ durante a pandemia (Primo, 2020, p. 196).

teletrabalho, os trabalhadores de aplicativo flertavam com o risco do vírus (Cannas, 2021, p. 209).

Risco esse que teve efeitos menos deletérios nos aplicativos de busca de parcerias sexuais e amorosas.

A pandemia acarretou um salto no uso de aplicativos pelos brasileiros entre 30% e 400%, dependendo da região do país, segundo dados da Pew Research. A intensificação das medidas de isolamento encorajou as pessoas a buscarem novas formas de se conectar e interagir.

No caso das plataformas de namoro, o cenário não foi diferente. De acordo com o Dating.co, houve um aumento de 82% no namoro online global em março de 2020, quando as medidas de isolamento entraram em vigor em diversos países. Um relatório divulgado pelo Match Group – proprietário de aplicativos de relacionamento como Tinder, OkCupid e Hinge – revelou que, no terceiro trimestre de 2020, a companhia registrou 10,8 milhões de usuários pagantes em seus apps de paquera em todo o mundo, um salto de 12% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Como resultado, a receita total da empresa cresceu 18%, para US\$ 640 milhões. O Inner Circle teve, no início da pandemia, um aumento médio no número de matches e mensagens enviadas de 99% e 116%, respectivamente. (Del Carmen, 2021, n.p.).

Naqueles dias, pensar em amor e sexo não era para mim uma forma de escapismo, mas uma maneira de interrogar esse novo mundo. O amor erótico é uma emoção capaz de estreitar as margens entre o subjetivo e o político, o íntimo e o coletivo. Daí meu interesse de pensar como em meio à pandemia e ao cenário de crescente precarização da vida, do trabalho e das relações sociais, estamos lidando com nossos afetos. Como produto da cultura, o amor romântico tem sido vivido em um campo de tensões morais, em um cenário social que desafia, ao mesmo tempo que reforça, as utopias românticas modernas.

O amor e a sexualidade têm sido temas que vêm me seduzindo já há algum tempo. Entre 2017 e 2019 desenvolvi uma pesquisa etnográfica online em três aplicativos para encontros amorosos-sexuais, me concentrando em relações heterossexuais a fim de compreender como homens de três gerações diferentes estavam vivendo experiências amorosas-eróticas em meio às profundas transformações sociais, culturais, econômicas e políticas pelas quais passamos nos últimos 20 anos no Brasil. Refiro-me às inflexões feministas, à politização de temáticas identitárias, a uma série de políticas públicas que colocaram em pauta discussões sobre gênero, sexualidade e raça, além do acesso mais democrático à internet (Pelúcio, 2019). Naquela imersão pelas redes dispersas do mercado dos afetos, as reflexões sobre masculinidades acabaram por revelar um regime de flexibilidade amorosa que busca referentes em um cenário sociotécnico constituído “em uma era da abundância das escolhas sexuais providas pelos aplicativos de relacionamento”. De forma que usuários e usuárias passaram a ter de “gerir suas escolhas, se diferenciar e inovar constantemente, tal como empreendedores em um mercado de afetos” (Balieiro, 2021, p. 02).

Os aplicativos não criaram as relações ou as “pessoas dos aplicativos”, mas eles passaram a fazer parte de uma vasta rede na qual as mudanças sociais puderam ser operadas e (re)produzidas. Entre essas, a emulação entre mundo do trabalho e dos afetos amorosos e eróticos.

Os aplicativos móveis para fins de relacionamentos amorosos/sexuais integram um complexo campo no qual a dinâmica da vida contemporânea é pautada pela aceleração do tempo, maior exigência no campo do trabalho e a sua flagrante precarização. Some-se a esse cenário um conjunto de ansiedades que entrelaça esfera pública e privada, tais como o aumento da violência urbana, as urgências emocionais relativas aos anseios estimulados por diversos discursos que nos convocam a sermos felizes, saudáveis, aventureiros/as. Conformando as já muito discutidas transformações na esfera íntima da família e do amor romântico (GIDDENS, 1993;

BAUMAN, 2004; ILLOUZ, 2009) essas demandas coadunam-se com as possibilidades emocionais ofertadas pelas novas tecnologias, pactuando uma estreita relação entre estas e os sentimentos. (Vasconcelos; Pelúcio, 2020, p. 16).

A comunicação digital respondeu bem a um cenário econômico e social bastante amplo no qual o neoliberalismo se tornou mais que uma resposta a uma nova crise do capitalismo, mas uma filosofia individualista que estimula a meritocracia, precariza vidas e legitima a fragilização das instituições políticas que deviam suportar nossa existência coletiva. Dessa forma, o neoliberalismo se tornou também um sistema cultural que constitui subjetividades específicas. No neoliberalismo a urgência se confunde com eficiência.

Inspirada pelas proposições recentes da socióloga Eva Illouz, busco o cruzamento entre capitalismo, afetos e a relação entre sexo e tecnologia como componentes de uma nova forma de (não) sociabilidade. O “não” está colocado entre parênteses para aguçar a reflexão sobre essa sociabilidade constituída pelas incertezas, pelos ideais neoliberais de autonomia e autogestão asentados em pactos fluídos que tendem a precarizar as relações.

Na primeira parte deste artigo discuto a uberização das relações e as intersecções entre a dimensão macrossocial (política, social e econômica) e a micro tessitura dos afetos. Aqui, a linguagem das plataformas digitais aparece como metáforas arriscadas para descrever a gestão contemporânea das relações amorosas-sexuais. Assumo o risco das metáforas, pois me parece que, apegadas como estamos a um modelo do amor romântico que já não responde e corresponde às transformações sociais, culturais, econômicas, políticas e tecnológicas do presente, precisamos alargar nosso vocabulário descritivo e analítico na busca de compreensão sobre essa dimensão fundamental da vida.

Fecho o artigo situando o debate nos tempos pandêmicos, as tecnologias de comunicação no cenário tecnoneoliberal, mos-

trando como os aplicativos se adaptaram ao isolamento social a fim de atender diferentes demandas de consumo, incluindo os emocionais. Arrisco um paralelismo entre duas formas de conexão aos aplicativos, que chamarei de apps por vezes: a de quem busca sexo, companhia, romance e dos que buscam sobrevivência como entregadores de aplicativos.

Não ofereço uma análise otimista do atual cenário amoroso-sexual, tampouco aposto em uma leitura obscurantista do presente e muito menos tecnofóbica. Procuro, sobretudo, provocar reflexões sobre esse novo regime de gestão dos afetos que encontra nas tecnologias digitais ferramentas, mas não exatamente soluções para angústias que estão para além dos voluntarismos dos indivíduos. Assumo que o amor é uma força política que se encontra colonizada pelos discursos reiteradores do amor romântico. Um tipo de amor alicerçado na desigualdade de gênero, no individualismo e no consumo de emoções e produtos.

Trata-se de um olhar crítico, em tom ensaístico, para o presente neoliberal conservador e para seus impactos subjetivos na esfera que julgamos como a mais íntima: a de nossas escolhas sexuais, emocionais e amorosas.

1. Chama um uber

São Paulo sem trânsito era diferente, mas não mais bonita. Aquele vazio estava cheio de desemprego², de desamparo social e de precariedades de toda ordem, inclusive emocionais. A pandemia da Covid-19 e o isolamento social que ela implicou agudizaram um fenômeno que já vinha crescendo: a uberização do trabalho. Falemos um pouco sobre esse fato para que a metáfora prometida no título deste artigo possa fazer sentido.

² No final de 2020, o número de desempregados no Brasil chegou a mais de 14 milhões (IBGE, 2020).

Uber é hoje sinônimo de transporte individualizado sob demanda. Se deslocar de forma confortável, mais rápida e relativamente barata é uma tentação para habitantes de cidades do Sul global, onde o transporte público tende a ser precário, ineficiente, insuficiente e caro. Do lado dos/das prestadoras/es de serviços, “ser uber” ou “fazer uber” soou em um primeiro momento como uma possibilidade de “não ter patrão”, ser dono do seu próprio tempo, ter liberdade para determinar o tempo de trabalho e ser “parceiro/a” de uma grande empresa internacional. Acredito que poucas pessoas que aderiram à plataforma pensaram, em um primeiro momento, que iriam se transformar em proletários digitais sem direitos trabalhistas e trabalhando, no século XXI, o mesmo número de horas que operários faziam no século XIX. Porém, a uberização só pôde se realizar em um mundo pós-industrial, digital, conectado e neoliberal.

A uberização refere-se às regulações estatais e ao papel ativo do Estado na eliminação de direitos, de mediações e controles publicamente constituídos; resulta da flexibilização do trabalho, aqui compreendida como essa eliminação de freios legais à exploração do trabalho, que envolve a legitimação, legalização e banalização da transferência de custos e riscos ao trabalhador (...) a uberização remete também aos modos de subjetivação relacionados às formas contemporâneas de gestão do trabalho e ao neoliberalismo (Laval; Dardot, 2016; Dejours, 1999), que nos demandam uma compreensão do engajamento, responsabilização e gestão da própria sobrevivência, praticados e experienciados pelos trabalhadores e trabalhadoras uberizados. (Abílio, 2020, p. 112-113).

As relações erótico-amorosas uberizadas exigem competências emocionais múltiplas e disponibilidade para se lançar no mercado dos afetos como empreendedoras/es que deveriam saber administrar seus sentimentos e potencializar suas habilidades emocionais.

Em meio a uma realidade frenética e tumultuada, acione o modo *mindfull*³: esteja disponível para novas aventuras (ou para novos *matches, crushs*⁴); não hesite e não pare; não se prenda a pactos e não nomeie as relações, isso limita a sua experiência; seja livre, mesmo que isso doa um pouco. Ironias à parte, e reconhecendo que há prazer nesse regime de gerência emocional, tanto quanto há exigências agudas de autogestão, tenho chamado esse tipo de vínculo erótico de amor neoliberal.

No amor neoliberal, estamos na lógica do imediato. Um dos pressupostos desse modelo estaria no pacto tácito de que nada se pactuará, apostando-se na fluidez e na flexibilidade.

Eva Illouz chamou de “fim do amor”, ou de “não-amor”, essa falta de uma estrutura narrativa clara, essa anomia, esse não-sei-que sem nome e sem protocolo.

O “Não-amor” é um sinal de uma nova forma de subjetividade onde a escolha é exercida tanto positivamente (querer, desejar algo) quanto negativamente (definir-se evitando ou rejeitando repetidamente as relações, ser demasiado indeciso ou ambivalente para desejar, querer acumular tantas experiências que a escolha perde sua relevância emocional e cognitiva, terminando repetidamente as relações como se quisesse se afirmar e a própria autonomia). O não-amor é assim tanto uma forma de subjetividade - quem somos e como nos comportamos - como um processo social que

³ Como escrevem Edgar Cabanas e Eva Illouz, “o *mindfulness* nos encoraja a crer que tudo dará certo se acreditarmos em nós mesmos, formos pacientes, não julgarmos demais e aprendermos a nos desapegar. Os treinadores de *mindfulness* instruem os clientes a se concentrar em suas paisagens interiores e autênticas, aceitar o momento presente e os sentimentos autênticos, aproveitar as pequenas coisas da vida, definir prioridades para seus interesses e ter atitudes positivas, despreocupadas e resilientes, independentemente do mundo exterior”. (Cabanas; Illouz, 2022, p. 78).

⁴ O *match* significa combinação, combinar, em inglês e é utilizado pelo Tinder como termo para sinalizar que houve interesse mútuo entre o casal. No Happn, o *crush* tem a mesma função e significa esbarrar, trombar com alguém ou algo. Hoje em dia, no nosso novo léxico amoroso-sexual, significa estar flertando, saindo, se envolvendo com alguém.

reflete o profundo impacto do capitalismo nas relações sociais. Como os sociólogos Wolfgang Streeck e Jens Beckert argumentaram de forma convincente, o capitalismo transforma a ação social - e, pode-se acrescentar, os sentimentos sociais (Illouz, 2021, p. 31-32, tradução da autora)⁵.

Sem regulações claras, estamos todas e todos tateantes diante de um novo regime de gestão dos sentimentos. Uma gestão que é também algorítmica.

Nas nossas telas quando estamos logadas/os aos aplicativos de paquera costumam aparecer aquelas e aqueles com quem temos afinidades digitais, que vão desde a proximidade geográfica ao gosto musical, passando por preferências culinárias e políticas⁶. Essas são mapeáveis pelos usos que fazemos das mídias digitais a partir das pistas que vamos lançando: as escolhas feitas dentro do próprio aplicativo; os *likes* que damos ali e além; os perfis que seguimos no Instagram ou Facebook; as compras que fazemos no *e-commerce*; as músicas que baixamos nos tocadores sonoros... Sabe aquela frase motivacional que diz “nunca foi sorte, foi trabalho”? Podemos adaptá-la aqui para “nunca foi o destino, foram os algoritmos”.

Porém, “esses algoritmos começam a falhar quanto mais abstrata, mais complicada e complexa a pessoa é”, afirma a especialista em

⁵ No original: “Le « non-amour » est le signe d’une nouvelle forme de subjectivité où le choix s’exerce à la fois de manière positive (vouloir, désirer quelque chose) et de manière négative (se définir par l’évitement ou le rejet réitéré de relations, être trop indécis ou ambivalent pour désirer, vouloir accumuler tant d’expériences que le choix perd de sa pertinence émotionnelle et cognitive, mettre un terme à des relations de manière répétée comme pour s’affirmer et affirmer son autonomie). Le non-amour est donc en même temps une forme de subjectivité – ce que nous sommes et comment nous nous comportons – et un processus social qui reflète l’impact profond du capitalisme sur les relations sociales. Comme les sociologues Wolfgang Streeck et Jens Beckert l’ont affirmé de manière convaincante, le capitalisme transforme l’action sociale – et, pourrait-on ajouter, les sentiments sociaux”.

⁶ Sobre afinidades políticas e a busca de parcerias em aplicativos de paquera vale conhecer a pesquisa de Aristides Abel Bernardes (2021) intitulada “Deslize pro lado contrário da tua orientação política”: emoções e polarização político-ideológica nas experiências afetivo-sexuais mediadas pelo aplicativo Tinder.

Inteligência Artificial, Inma Martínez, em entrevista ao jornal El País (Jabois, 2021). Eles falham, também, quando o casal formado pelo *match* ultrapassa os limites das conversas editadas, em ambiente razoavelmente controlado dos aplicativos e ampliam a interação entre si para incluir nela coisas e pessoas que constituem o mundo offline: o garçom no bar, a melhor amiga, o filho, o trânsito, a bebida, o cheiro. São elementos que podem impactar a precisão algorítmica do *match*. A maneira como a pessoa tratou a atendente, a forma como ela se comporta no trânsito, o jeito como ingeriu a bebida são imponderáveis que só o offline revela.

Esses imponderáveis, como a tecnologia, não são neutros. As antipatias carregam marcas de classe, raça, gênero, religião, geração, origem regional, local de moradia, para ficarmos apenas com as variáveis que mais apareceram em minha pesquisa, já citada, como justificativa da quebra do encanto.

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).

Os aplicativos, independentemente dos desdobramentos amorosos dos encontros ocorridos na plataforma, se darão bem. Quero dizer, guardarão os dados das e dos usuários, aperfeiçoarão as ferramentas do app, que poderão assim otimizar seus serviços, atraindo mais cadastros e refinando seus mecanismos de gerenciamento de perfis.

O gerenciamento algorítmico “é a possibilidade de traduzir modos de vida, relações sociais, trajetórias e desigualdades em dados administráveis que produzirão e reproduzirão desigualdades

e mecanismos de exploração do trabalho”, escreve Abílio (2020a, n.p.). Ainda que se refira ao universo laboral, a definição oferecida pela autora convida a paralelos com a exploração emocional que não é produzida pelo aplicativo, mas traduzida por ele.

A possibilidade de designar corridas para a favela para o motorista negro e para o centro de São Paulo para o motorista branco, como constatou Abílio em suas pesquisas, não é acidental. Esse despotismo algorítmico também acontece nos aplicativos de busca de parceiras sexuais-amorosas. 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, crendo-nos, no entanto, livres em nossas escolhas.

Em nome da liberdade, essas desigualdades passam despercebidas e não são abordadas. Homens e mulheres, mas especialmente mulheres, se valem de suas psiques para lidar com a violência e as feridas simbólicas que essas desigualdades ocultam: “Por que ele está distante? “Estou mostrando-lhe demais que preciso dele?”, “O que preciso fazer para chamar sua atenção?”, “Que erros cometi que o fizeram sair?” Todas essas perguntas, feitas por mulheres e para mulheres, revelam que, culturalmente, as mulheres heterossexuais se sentem amplamente responsáveis pelo sucesso e pela gestão emocional dos relacionamentos (Illouz, 2020, p. 26-27)⁷.

⁷ No original: “Au nom de la liberté, ces inégalités passent inaperçues et ne sont pas prises en considération. Les hommes et les femmes, mais surtout les femmes, puisent dans leur psychisme les ressources pour gérer la violence et les blessures symboliques que ces inégalités recèlent : « Pourquoi est-il distant ? » « Est-ce que je lui montre trop que j’ai besoin de lui ? », « Que dois-je faire pour attirer son attention ? », « Quelles erreurs ai-je commises pour qu’il finisse par partir ? » Toutes ces questions, posées pour des femmes et par des femmes, révèlent que, culturellement, les femmes hétérosexuelles se sentent largement responsables du succès et de la gestion affective des relations. En revanche, l’homosexualité ne transforme pas le genre en différence et la différence en inégalité, pas plus qu’elle ne s’appuie sur une division sexuée entre travail biologique et économique, comme celle qui caractérise la famille hétérosexuelle”.

Mesmo as relações homossexuais, que guardam um potencial transgressivo, estão enredadas na reprodução dessas desigualdades. O médico cirurgião Vinícius Lacerda, em coluna para a revista Carta Capital, avalia a experiência de muitos homens em aplicativos voltados para o encontro sexual e/ou amoroso com outros homens:

Sob o pretexto de que é tudo questão de gosto, muitos não percebem que podem estar sim escancarando seus preconceitos camuflados de “preferências”, atingindo diretamente aqueles que se deparam com perfis dizendo: não a negros, gordos, asiáticos, nordestino, afeminados, assumidos (Lacerda, 2019, n.p.).

Os perfis menos “competitivos” recebem menos *likes*, são, portanto, menos demandados, ainda assim tendem a ser aqueles que ao serem acionados aceitarão a “corrida” para qualquer destino.

2. Gamificação do date

Quando os aplicativos móveis chegaram, já conhecíamos as redes sociais online e os *chats* (bate-papos) em plataformas diversas. Já tínhamos passado pelos e-mails e fóruns; e experimentado a interação em blogs e plataformas de notícias⁸.

Se a distração no ambiente trabalho, possibilitada pelas incursões imprudentes a sites de pornografia e a conversas digitais, tinha sido para poucos, o flerte por aplicativos e as trocas volumosas de

⁸ Dados da PNAD 2007 mostram que brasileiros/as das classes populares (C, D e E) não fizeram o mesmo percurso para o acesso à internet. A maior parte só começou a fazer uso da comunicação digital por meio dos smartphones (PNAD 2013). Antes desse momento, porém, as *lan houses* proporcionaram o acesso à rede mundial de computadores à população de baixa renda, sobretudo aos jovens. Em 2008, segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil (2008), 65% das pessoas das classes C, D e entrevistadas “afirmaram que suas principais atividades na internet envolviam o acesso a sites de relacionamento”, o que chamamos hoje em dia de redes sociais online. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/politica/ibope-classes-populares-tem-participacao-de-peso-no-uso-da-internet/>. Último acesso em 30 set. 2021.

conversas por celulares foram se fazendo cada vez mais democráticas após 2013⁹. Aprendemos a nos alimentar de urgências.

A primeira vez que tive um *match* no Tinder foi em 2013. Estava experimentando um novo campo de pesquisa, o que não me impediu de sentir uma excitação de quem aposta. Escrevi no diário de campo e depois em um artigo (Pelúcio, 2015, p. 81): “Parece um jogo, e talvez seja”. No presente, essa sensação ganhou um lugar conceitual nas discussões sobre a reestruturação do mundo do trabalho, chama-se “gamificação”. O neologismo é claro, transporta para o ambiente do labor a lógica dos jogos digitais.

Ludmila Abílio discute como o termo gamificação (derivado do inglês *game*) “vem sendo utilizado para nomear lógicas da gestão do mundo do trabalho” (Scholz apud Abílio, 2019, p. 3). Esse é um termo que expressa a operacionalidade de regras cambiantes que tornam o engajamento no trabalho arriscado e sem garantias. A produtividade é estimulada e conquistada por meio de regras que se apresentam como desafios para o trabalhador, que envolvem premiações e, principalmente, a incerteza de se alcançar o resultado perseguido (Abílio, 2019, p. 03)¹⁰. A gami-

⁹ Dados da Agência Nacional de Comunicações - ANATEL mostram que o número de smartphones cresceu 99% no acesso à internet no Brasil entre 2013 e 2014. Já os dados da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio relativa às Tecnologias Informáticas de Comunicação, realizada em 2018, aponta que, de 2016 para 2017, o percentual de pessoas que acessaram à internet por meio do celular aumentou de 94,6% para 97,0%. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnadcontinua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>. Último acesso em 19 set. 2021.

¹⁰ “Costa e Marchiori (2015, p.45) enfatizam que a gamificação pode ser entendida como ‘uma estratégia apoiada na aplicação de elementos de jogos para atividades non-game utilizada para influenciar e causar mudanças no comportamento de indivíduos e grupos’. Para Santinho (2018), na gamificação há a apropriação de três características básicas dos jogos: recompensa, *feedback*, desafio. Em conjunto, tais elementos estimulam os jogadores que buscam atingir a recompensa quando cumprem os desafios propostos. Ainda conforme destaca o autor, a gamificação busca ‘aliar as inovações tecnológicas e o estado cooperativo às técnicas modernas de gestão de pessoas’ (Santinho, 2018, p. 14) como forma de manter os trabalhadores satisfeitos e produtivos dentro de um ambiente estimulador e criativo”. (Bezerra; Mozzato, 2021, p. 5).

ficação está no mundo do trabalho, mas também na esfera dos afetos erotizados.

Quando usamos aplicativos para encontros, jogamos. Há um fruir lúdico no deslizamento dos perfis, na avaliação solitária ou em grupo que fazemos de cada usuário ou usuária. Rimos das fotos e/ou descrições, sentimos uma certa superioridade moral em relação a algumas daquelas pessoas, fruímos prazer em constatar por meio de *matches* e *crushs* que aquele perfil que nos agradou também gostou do nosso “eu virtual”. Compensação! Premiação! Muitas vezes esse encontro de algoritmos se encerra ali. *Matches* que nunca se realizam podem trazer frustração. Sem *feedback*, o fracasso parece ser nosso. Seguimos muitas vezes com perfis ativos em diferentes aplicativos, pelo jogo, pela aposta, com uma certa esperança. Permanecer ali ou voltar a ativar o perfil nos apps é seguir no jogo.

Na imersão nos aplicativos para busca de parcerias sexuais e/ou amorosas temos a impressão de otimizar o tempo, de economizar recursos financeiros e emocionais. Sem sair de casa ou do trabalho, temos acesso a um vasto catálogo de perfis. As recusas não são publicizadas, doem na solidão da tela e podem ser amenizadas pela permanência no jogo, o que pode dar a sensação de que somos nós que estamos escolhendo, mais do que estarmos sendo escolhidas/os.

Entramos em um ambiente de abundância imaginada, posto que, de fato, as possibilidades concretas já mostraram que as opções para cada perfil cadastrado não são tão amplas como o número de usuários inscritos na plataforma pode sugerir. Para “se dar bem” nesse universo de ofertas, é preciso acionar lógicas organizativas, racionalizando a busca e gerindo o tempo para que se faça o melhor investimento. Acumular capital sexual pode capitalizar experiências que permitirão que se tenha mais sucesso e, desejavelmente, menos sofrimento em um mercado competitivo que exige que se demonstre diversas habilidades emocio-

nais. Entre estas, saber lidar com relações flexíveis, nas quais os termos fluídos escapam e confundem os agentes, exigindo, por outro lado, processos reflexivos que podem fomentar a ideia de uma individualidade autônoma, que não só dificulta os vínculos duradouros como pode levar à autoatribuição pelo fracasso.

A partir da tecnologia lisa e deslizante das telas dos smartphones

vivenciamos a era do “laissez-faire” romântico, sintetizada na expressão corrente do “estamos deixando rolar”, o slogan dos amores neoliberais. A nova racionalidade neoliberal impôs um novo ethos relacional, um ethos que passa pela não pactuação dos termos da relação, dando origens a recorrentes desencontros e reforçando assimetrias. O cenário é de “precarização das relações amorosas”, expressão de uma época que reforça o imperativo da busca constante por novas possibilidades amorosas e sexuais enfraquece a possibilidade de construção de parcerias igualitárias (Balieiro, 2021, p. 04).

Nesse contexto, afirma Eva Illouz (2020), as pessoas que são menos apegadas, são também as que detêm mais poder. Sabemos que, na maior parte dos casos, essas pessoas têm gênero, o masculino; bem como cor, não são vistas como escuras; e classe, não são pobres. As relações sociais que hierarquizam esses marcadores da diferença estão presentes também no campo amoroso e erótico. O desejo não está desassociado das estruturas macrosociais.

No presente, a incerteza, como mecanismo sociológico, marca as relações erótico-amorosas e implicam em sofrimento. Porém, na economia política dos afetos, esse mecanismo da incerteza promove uma distribuição desigual do sofrimento entre homens e mulheres, assim como entre pessoas cisgêneras e transgêneras ou entre heterossexuais e homossexuais.

3. Do amor romântico e outros demônios

O amor romântico associa-se a sentimentos arrebatadores que levaram historicamente os indivíduos a colocarem seus sentimentos acima dos arranjos sociais e dos interesses dos grupos familiares a que pertenciam. Nesse sentido, o amor romântico foi transgressor, pois incitava ao rompimento de contratos econômicos e políticos que convinhavam mais a outros do que ao casal envolvido. Associado à liberdade individual, o amor romântico, no entanto, manteve-se heterossexual, relegando aos cantos obscuros da sociedade, como prisões e sanatórios, o amor entre pessoas do mesmo sexo¹¹.

Formar o par amoroso heterossexual, a partir da ideia de escolha individual movida por uma espécie de transcendência emocional, associou-se à ideia de liberdade nos moldes do liberalismo filosófico. O amor romântico fez parte do que Eva Illouz (2020) chama de Modernidade Emocional. Para a autora, essa virada emocional, não por acaso, inicia-se em meados do século XVIII, juntamente com as mudanças promovidas pelo século das revoluções (Hobsbawm, 2015), pelo fim dos regimes absolutistas, pela ascensão da burguesia e lutas operárias em meio à consolidação do capitalismo industrial.

A ideia de que o amor e o mercado estão relacionados não é nova. Desde Friedrich Engels (2009), família (leia-se procriação/sexo e relações desiguais entre gêneros) vem sendo relacionada à propriedade privada (2009 [1884]) e essa à sociedade burguesa capitalista. Emoções, contratos e consumo fizeram do amor um sentimento capaz de conectar o privado e o público, o íntimo e o político, a vida doméstica ao mercado. Nos países centrais do capitalismo esse matrimônio harmonioso se realizou já nas

¹¹ Como já dito, aqui discuto relações heterossexuais, não tenho conteúdo empírico nem aprofundamento teórico para alargar as análises aqui propostas para o amor e o sexo não-heterossexual.

primeiras décadas do século XX, quando a indústria cultural, já vigorosa, uniu o lar ao romance.

O cinema, a publicidade, as revistas e os folhetins ofereceram farto material gráfico e onírico para alimentar a ideia de que amar era consumir, e consumir era ser feliz. De forma que a comunicação como área específica de produção de saberes e sentido foi fundamental para alimentar e sustentar o *ethos* do amor romântico¹².

O amor é uma construção social cambiante (Andrade, 2015, p. 38), que acompanha a modernidade, e como tal se insere como tema desde a sociologia clássica, bem como da antropologia das emoções em suas abordagens contemporâneas. Aqui flerto com a vertente contextualista dessa subárea. Nessa perspectiva, a dimensão micropolítica dos sentimentos se mostra como tributária de relações de poder, pensadas a partir dos aportes foucaultianos que tomam o poder como estratégia relacional distribuída difusamente por todo tecido social.

O amor chega ao século XX como item cultural associado ao mercado. Eva Illouz denomina essa fase do capitalismo de “escópico”. Ver-se, mostrar-se, inspirar-se em imagens publicitárias, em ícones do cinema, exibir-se, se deixar seduzir por promessas de felicidade mercantilizada são alguns dos elementos que compõem o prazer escópico. “Este capitalismo escópico é definido pela extração do valor agregado do espetáculo e da exibição visual dos corpos. É essencial entender como as mudanças na sexualidade foram acompanhadas por novos instrumentos de poder cultural implantados por empresas capitalistas” (Illouz, 2020, p. 80).

¹² Eva Illouz (2009) nos oferece uma farta história da associação entre amor e mercado, em seu livro “O Consumo da Utopia Romântica”, no qual procura entender como se deu o encontro do amor com o capitalismo. Essa aproximação que costumamos perceber como inusitada, quase espúria, está bem documentada pela autora, que mostra como veio se dando essa fusão: a romantização dos bens de consumo e mercantilização do amor romântico (Pelúcio, 2019, p. 186).

As empresas miraram nas mulheres, pois o capitalismo, assim como o regime patriarcal, do qual o primeiro não pode abrir mão sem que precise reinventar mecanismos de controle e sedução, opera mais eficientemente quando há desigualdade entre os gêneros.

Das linhas de eletrodomésticos, passando pelos produtos de toucador e higiene, àqueles que se relacionam com a moda, o antienvelhecimento, o prazer sexual, às publicações de livros e revistas com instruções prescritivas sobre como ser, estar, superar, seduzir, se “empoderar”, o capitalismo escópico mirou em mulheres de diferentes gerações, classes sociais, raças e nacionalidades monetarizando nossos corpos, nossos desejos e mesmo nossas lutas¹³.

Na sociologia da ambivalência, com a qual trabalha Illouz, as mulheres foram as que mais conquistas obtiveram com as profundas mudanças no regime erótico e conjugal ocidental que teve seu ponto de inflexão na década de 1970. Mas também foram as mulheres aquelas que sofreram as maiores exigências implicadas no regime erótico-liberal, o qual instituiu o *sex-appeal* como capital fundamental para o bom desempenho no mercado dos afetos, assim como individualizou a responsabilidade pela felicidade amorosa, erotizou o consumo e fez do tédio um vilão a ser combatido em nome do prazer. O gozo se tornou imperativo, sem ele não há romance duradouro.

Entre as ambivalências do regime erótico liberal contemporâneo encontramos a tensão entre duas lógicas: a da escassez e a da abundância. A primeira é aquela que sustenta o amor romântico com ideias de “alma gêmea”, do “para sempre”, do “destino”. A outra nos lança em um mundo de supostas escolhas infinitas, de aventuras e adrenalina, da não pactuação de contratos. Ló-

¹³ Vide as camisetas vendidas em redes como Zara com dizeres como “feminist”, “feminist revolution” ou a “popirização” de figuras como Frida Kahlo e Marielle Franco.

gica que se afina com a mecatrônica do descarte, a qual rege as buscas nos aplicativos móveis para relacionamentos.

A sensação de que somos livres para escolher (inclusive escolher não escolher) confunde-se com a própria ideia de liberdade e de direitos. Como em todos os mercados, o mercado dos afetos também se estabelece como uma arena de trocas desiguais, de modo que os bens simbólicos, jurídicos, corporais e mesmo a aclamada liberdade de escolha não são distribuídos de forma equânime (já falei disso há pouco).

Mesmo diante de incertezas sobre os relacionamentos (se os queremos ou não, se estamos em um ou não, se o que temos pode ser chamado de uma relação, se vale a pena continuar no “game” ou dar um tempo), uma coisa parece se estabelecer no campo das certezas: a aposta no par.

O par, essa utopia contemporânea (Illouz, 2013), vem sendo formado sob a égide do individualismo crescente, do imperativo da “liberdade” e do consumismo terapêutico. Esse par¹⁴ precisa conciliar relações significativas com o descompromisso, pois o comprometimento com o descompromisso seria o que, paradoxalmente, permitiria que houvesse uma relação. A relação boa seria aquela em que as partes estão felizes e conseguem produzir felicidade para si com a companhia do outro. Ainda que, via de regra, não saibamos definir o que seria essa felicidade.

“A felicidade não deve ser vista como uma abstração inócua e bem-intencionada voltada para o bem-estar e a satisfação. Também não deve ser concebida como um conceito vazio e desprovido de vieses e pressupostos culturais, morais e antro-

¹⁴ Não estou desconsiderando outros arranjos para além do par, porém, o que tenho percebido, ainda que de forma pouco sistematizada em minhas pesquisas, é que mesmo quando as pessoas se dispõem a ampliar o número participantes dos arranjos sexuais e amorosos ainda o fazem presos/as à lógica do par.

pológicos”. (Cabanas; Illouz, 2022, p. 63). No neoliberalismo, a felicidade mostrou-se um projeto individual e, mais que isso, individualista.

Como conciliar, então, o par, a vida a dois, quando aprendemos a apostar na autonomia do sujeito como sinônimo de liberdade? Investindo no “aperfeiçoamento pessoal” (só para ficarmos com uma resposta bem afeita ao nosso tempo). O que pode ser feito, segundo alguns *coachs* pessoais¹⁵, “cuidando de si”, “focando em seus interesses”, “mantendo-se positivo/a”. O caminho para esse nirvana emocional não se faz coletivamente, nem mesmo acompanhado/a, mas investindo em si.

Edgar Cabanas e Eva Illouz retomam os argumentos de diferentes teóricos/as a fim de mostrarem que as décadas de neoliberalismos nos colocaram, em nível mundial, frente a cenários de constantes incertezas e grandes inseguranças, não só nos campos econômico e social, mas nas dimensões cultural e simbólica, contribuindo para a constituição de subjetividades marcadas pela competitividade e pelo medo. De forma que o nosso “eu verdadeiro” precisaria de uma bem alicerçada “fortaleza interior” para sobreviver às cruzeiras de um tempo de violência crescente, instabilidade financeira, insegurança laboral e climática. “Uma doutrina individualista que nos predispõe a escapar para a fortificação de nosso eu verdadeiro, “parece surgir quando o mundo exterior se provou excepcionalmente árido, cruel ou injusto” (Berlin apud Cabanas; Illouz, 2022, p. 76).

Jack Barbalet fez observações similares e ressaltou que, quando “as oportunidades significativas para influenciar os processos econômicos, políticos e outros estão em baixa, as pessoas ficam mais propensas a tomar a si próprias

¹⁵ Fenômeno que Edgar Cabanas e Eva Illouz identificam com a crise econômica de 2008. Para uma discussão mais aprofundada ver o capítulo 2 do livro “Happycrasia” (na bibliografia deste artigo).

como centros de emoção”. Desse modo, ainda que não completamente novo ou específico dos tempos atuais, o clamor por uma retirada em direção a nós mesmos parece ter reacendido nos últimos anos, em especial no rescaldo das mudanças econômicas e sociais desencadeadas em 2008. Como a socióloga Michèle Lamont afirmou recentemente, os indivíduos das sociedades neoliberais pós-crise se voltaram à crença “de que precisam olhar para dentro em busca da força de vontade necessária para se salvarem e para resistirem à maré de declínio econômico” (Cabanas; Illouz, 2022, p. 76-77).

Essa maré formou, em várias partes do mundo, ondas conservadoras bastante agressivas. Temas relativos a direitos sexuais, homossexualidade, transexualidade, equidade de gênero mostraram, finalmente, todo seu potencial político, gerando contradi discursos reativos.

Politicamente, a primeira década deste século mostrou que o neoliberalismo e a democracia não formam um casal harmonioso, ao contrário. Como analisa Luciana Ballestrin (2018), o neoliberalismo constitui-se em uma força desdemocratizante¹⁶. Trumps e Bolsonaros apareceram em muitas regiões do planeta, de forma que a agenda de costumes alimentou os discursos de empreendedores morais, mobilizando os debates nas ruas, nas casas, no trabalho, no barzinho, na novela, no parlamento,

¹⁶ “No ano de 2016, em diferentes partes do mundo, pelo menos quatro eventos foram capazes de questionar os limites da democracia representativa, liberal e ocidental. Na Inglaterra, um plebiscito demonstrou a preferência majoritária dos ingleses pela saída da União Europeia; na Colômbia, o referendo pelo acordo de paz com as FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia) foi rejeitado pela maioria; nos Estados Unidos, uma vitória inesperada elegeu o empresário Donald Trump para a presidência da ainda maior potência mundial; por fim, no Brasil, um processo de impeachment foi aprovado para a destituição da ex-presidenta reeleita Dilma Rousseff, justificado em um controverso crime de responsabilidade fiscal. Cada qual à sua maneira, tais acontecimentos evidenciam a emergência de discursos abertamente autoritários, anti-humanistas e antidemocráticos; sua eventual legitimação pelo voto popular, partidos políticos e/ou lideranças populistas; e, a utilização das instituições democráticas para a fragilização, minimização ou ruptura da própria democracia” (Ballestrin, 2018, p. 149).

no aplicativo. E acreditem, isso tudo impactou fortemente as relações erótico-amorosas. O político se tornou pessoal¹⁷.

Aristides Bernardo (2021, p. 20) documenta essa batalha entre *likes* e *deslikes* nos aplicativos de encontros “em um contexto de extrema polarização política, partidária e ideológica”, mostrando como posição política, valores religiosos e adesões partidárias passaram a compor os perfis de apresentação de usuárias e usuários do Tinder (aplicativo ao qual Bernardo se dedicou), tornando-se “um critério relevante para o estabelecimento de vínculos afetivos e relações sexuais entre pessoas que buscam tais experiências com a mediação do aplicativo de relacionamentos”¹⁸.

Ao reproduzirem, como era de se esperar, na esfera do romance as polarizações da arena pública, os aplicativos também se tornaram um campo de tensões mais do que de tesões (me desculpem o trocadilho inevitável). Ao menos ali, teoricamente, poderíamos driblar desafetos e otimizar a busca por pessoas alinhadas politicamente com nossos ideais. O que pesquisas mostram é que as “bolhas” e “câmaras de eco” formadas com ajuda de algoritmos alimentaram mais ódios que amores¹⁹.

O amor sempre foi político. O amor romântico fingiu não sê-lo, quando de fato

foi mais uma das grandes transformações na vida privada moderna, pois, juntou na mesma relação, o desejo sexual, o casamento e a família, antes dissociados. E, num sentido, foi libertador, pois, introduziu a atração singular, de indivíduo para indivíduo, onde antes só havia a vontade da sociedade. (Ferreira; Adelman, n.d., n.p.).

¹⁷ Em meu livro “Amor em Tempos de Aplicativos – masculinidades heterossexuais e a nova economia do desejo” (2019) aprofundo essa discussão.

¹⁸ A coleta de dados feita por Bernardo se deu no âmbito da cidade de João Pessoa (PB), entre abril de 2019 e março de 2020.

¹⁹ Para uma rica discussão sobre as tensões políticas nas redes ver Miskolci, 2021.

Contemporâneo de uma sociedade que se industrializava e se tornava econômica e moralmente burguesa, o amor romântico parece não corresponder aos novos tempos de inflexão feminista, politização das relações de gênero e de incertezas, disfarçadas pelo discurso neoliberal da livre escolha. Seu potencial transgressivo foi domesticado pelo mercado e perdeu-se na ilusão liberal da liberdade. A questão é que ainda não inventamos nada tão poderoso para substituí-lo.

4. Tão solitária quanto um entregador de delivery na quarentena

Em umas das regiões centrais de São Paulo, as panelas batiam aos gritos. “Fora, fora”. “Genocida”. Eram os protestos ruidosos, mas sem grandes efeitos, contra as medidas (não) tomadas pelo governo federal, encarnado na figura de Jair Bolsonaro, em relação à pandemia da Covid-19²⁰. Naquele 2020, ainda não sabíamos que entraríamos o ano de 2022 usando máscaras²¹ faciais como proteção contra o coronavírus, nem que iríamos testemunhar milhares de mortes ao dia causadas pela Covid-19, ocorridas nos primeiros meses de 2021²², ou que Bolsonaro terminaria seu mandato, apesar dos gritos nas janelas.

²⁰ Pesquisadoras e pesquisadores da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo (USP), o Centro de Pesquisas e Estudos de Direito Sanitário e a Conectas Direitos Humanos analisaram 3.049 normas federais produzidas em 2020 e constataram que houve intenção deliberada por parte do governo Bolsonaro em promover a disseminação do coronavírus. A pesquisa “Direitos na Pandemia – Mapeamento e Análise das Normas Jurídicas de Resposta à Covid-19 no Brasil” traz no editorial de seu boletim 10 uma linha do tempo na qual demonstram “a relação direta entre os atos normativos federais, a obstrução constante às respostas locais e a propaganda contra a saúde pública promovida pelo governo federal” em relação à pandemia (Cepedisa; Conectas, 2021, p. 2).

²¹ No estado de São Paulo a obrigatoriedade do uso de máscaras faciais em espaços abertos foi suspensa em 09 de março de 2022 e no dia 17 do mesmo mês o uso foi suspenso também em espaços fechados, com exceção de transportes públicos e em unidades médico-hospitalares.

²² “Covid-19 já matou mais brasileiros em 4 meses de 2021 do que em todo ano de 2020”, matéria do Portal G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/04/25/covid-19-ja-matou-mais-brasileiros-em-4-meses-de-2021-do-que-em-todo-ano-de-2020.ghtml>. Último acesso em 30 mar. 2022.

Em 2020 ainda não tínhamos vacinas, o que tornava o isolamento social um imperativo. Foi também o ano em que mais baixamos aplicativos quando comparado aos imediatamente anteriores²³.

Em 2020, o Tinder registrou um aumento de 42% nas atividades de usuárias/os. Em 29 de março do mesmo ano, quase no começo da quarentena espanhola, o Tinder superou pela primeira vez os três bilhões de *swipes*²⁴ em um só dia em nível mundial, um recorde que, ao longo do ano, bateu outras 130 vezes. Além dessas ocorrências, os chats na plataforma passaram a ser 32% mais longos. (Lorite, 2021, n.p.).

Essas estatísticas encontraram seu correspondente qualitativo no termo jocoso “carentena”, uma contração entre a palavra “quarentena” e “carência”. Mas o sentimento de solidão não esteve relacionado à pandemia e seus corolários como as medidas de isolamento social. Segundo pesquisa desenvolvida entre os quatro primeiros meses de isolamento social por Maurício Ho-

²³ “Um levantamento da *App Annie Intelligente* analisou algumas mudanças de comportamento durante o período da pandemia da Covid-19. Segundo a empresa de análise de dados e estatísticas, houve um aumento expressivo no uso de aplicativos de saúde principalmente nos quatro primeiros meses de 2021, ao comparar com o mesmo período em 2019”. (Fiore, 2021, n.p.). “Levantamento do *App Annie Intelligence* relata que o mundo gastou US\$ 32 bilhões (aproximadamente R\$ 160 bi) em compras feitas em aplicativos no primeiro trimestre de 2021. Isso indica um aumento de 40% em relação ao mesmo período do ano passado. Foram US\$ 21 bilhões faturados pela Apple e US\$ 11 bilhões pela loja da Google. Esses números ilustram o evidente efeito da pandemia no mercado de aplicativos. Os três primeiros meses de 2020 foram o primeiro período da adoção de medidas restritivas em boa parte do planeta. Em 2021, ainda com o isolamento em vigor, os consumidores se viram cada vez mais obrigados a buscarem estímulos internos, como jogos, aplicativos de streaming de vídeo e plataformas de compartilhamento social”. (Correia; Soares, 2021, n.p.). “O Brasil foi o país com maior número de instalações de aplicativos de comércio eletrônico desde o início da pandemia, mostrando como as restrições de isolamento social rapidamente colocaram o país como um dos mercados mais cobiçados por empresas do setor no mundo todo. Segundo um levantamento da empresa de medição de performance de marketing digital AppsFlyer, 19% dos downloads de apps de e-commerce feitos via Android no mundo todo entre janeiro de 2020 e julho deste ano aconteceram no Brasil”. (Reuters, 2021, n.p.).

²⁴ É o ato de arrastar com os dedos na tela do celular para selecionar ou descartar perfis nos aplicativos de paquera.

ffmann, do Departamento de Neuropsiquiatria da Universidade Federal de Santa Maria, não foram encontradas “evidências de que o auto-isolamento e o distanciamento social aumentassem o sentimento de solidão – pode ser que essas pessoas já se sentissem sozinhas antes” (Revista Arcos, 2021, n.p.).

No entanto, na mesma matéria da Revista Arcos – Jornalismo Científico e Cultural (2021. n.p.),

um levantamento feito pelo Instituto Ipsos no início deste ano [2021], os brasileiros são o povo que mais se sente solitário na pandemia. A pesquisa, que ouviu 23 mil pessoas de 28 países, também revelou que 52% dos participantes do Brasil afirmaram que esse sentimento de solidão cresceu no segundo semestre de 2020.

A pesquisa qualitativa realizada por Alcidésio Oliveira da Silva Junior, Jeane Félix e Edvaldo Souza Couto (2020) apresenta depoimentos de homens gays jovens (entre 21 e 34 anos), usuários do Tinder, que corroboram o sentimento de solidão apontado na pesquisa citada acima. Um dos entrevistados reavaliou a importância de ter relacionamentos fixos, pois durante o isolamento social esteve muito carente. Sentiu mais falta de companhia para compartilhar o dia a dia, conversar e realizar tarefas domésticas juntos, do que de sexo. Da Silva Júnior, Félix e Couto concluem que expectativas do amor romântico idealizado estiveram presentes nas falas de seus interlocutores de pesquisa, alimentadas pelo clima distópico da pandemia.

A distopia da Covid-19 reavivou utopias, inclusive as românticas. Houve quem fizesse predições tão alvissareiras quanto ingênuas como aquelas expressas em discursos motivacionais de que sairíamos melhores como seres humanos após o grande abalo pandêmico. O que vimos, passados mais de dois anos desde que a Organização Mundial da Saúde decretou estado de pandemia, em 11 de março de 2020, é que a crise sanitária planetária agu-

çou desigualdades e nos lançou em uma profunda crise econômica e existencial.

Hoje sabemos que não saímos nem melhores, nem mais românticos. Aliás, os primeiros meses da pandemia impactou a vida sexual de muita gente: “disfunção erétil, ejaculação precoce ou retardada, falta de libido, falta de orgasmo, falta de desejo ou falta de excitação sexual” foram sintomas apresentados por 802 entrevistados/as que integraram a pesquisa sobre desempenho sexual de pessoas saudáveis durante os primeiros meses de isolamento social (15 de março a 30 de junho de 2020)²⁵.

Assistíamos o “coração vibrante de nossa civilização parar de bater” (Illouz, 2020a, n/p²⁶): comércios físicos fechados; voos cancelados; fronteiras internacionais interdidas; aulas suspensas; filhos/as em casa; casas sem espaço para isolamento; aumento de violência doméstica; colapso do sistema de saúde.

Com todo esse contexto de incertezas, não era de se causar estranheza que a população iria sofrer com a angústia do desconhecido. Quadro de ansiedade, depressão, são muito comuns, em situações dessa natureza. Dificuldades de relacionamento, mudança na rotina do dia-a-dia, com as famílias convivendo em casa, 24 horas por dia, impedidas do contato pessoal, dificuldades financeiras, com as pessoas perdendo a capacidade de gerar renda, são fatores conhecidos como possíveis causas psicológicas da piora do desempenho sexual, entre homens e mulheres (De Souza, 2020, p. 16).

²⁵ Do total de 802 pacientes entrevistados, 521 (68%) observaram diminuição do desempenho sexual em algum grau. Essa queixa foi relatada em 479 (70%) pacientes do sexo masculino, enquanto 42 (35,89%) mulheres do estudo queixaram piora do desempenho sexual. Entre os solteiros, a queixa foi mais frequente, 330 (63,33%), em relação aos 191 (36,66%) dos pacientes casados. Entre os pacientes que observaram a queda do desempenho sexual, 218 (41,84%) não tinham problemas sexuais anteriores à pandemia (De Souza, 2020, p. 16)

²⁶ No original: “c’est le cœur battant de notre civilisation qui a été arrêté”.

Íamos mal, mas os aplicativos iam bem, obrigada. Pesquisas realizadas pelos próprios apps de paquera mostram que a forma de uso deles foi impactada pelo isolamento social. Intensificou-se o tempo de conversa no chat do próprio aplicativo, bem como o número de mensagens diárias enviadas²⁷. A troca de material sexual como fotos e vídeos também cresceu, segundo levantamento feito pelo aplicativo de origem francesa Happn. A mesma pesquisa mostra que “54% dos brasileiros vivenciou um término de relacionamento, indo na contramão da média global dos usuários do app (46%)”.

Segundo a pesquisa, 21% dos brasileiros afirmam que o amor simplesmente acabou no ano passado. Para 20%, a pandemia contribuiu muito para isso, já que o casal passou a passar mais tempo juntos e isso trouxe problemas de convivência. Mas os brasileiros não estão sozinhos. A média global segue alinhada ao comportamento brasileiro: 48% dos usuários gerais do app também viram o amor simplesmente ir embora em 2020. (Happn, 2021, n.p.)²⁸.

Se o amor foi embora, os aplicativos estavam ali para que a gente pudesse pedir um delivery. Os aplicativos de paquera “bombaram”, capitalizando com a crise.

Happn notou um aumento de 18% nas mensagens trocadas pelo aplicativo; o The Inner Circle teve um aumento de 15% nos matches e 10% nas mensagens enviadas; e o Par Perfeito registrou crescimento de 70% de novos usuários, um ganho de 20% no tempo médio gasto no aplicativo e site 15% de volume de mensagens trocadas desde o início de março (Monteiro, 2020, n.p.).

²⁷ “Os dados do aplicativo indicam que o número médio de mensagens enviadas por dia aumentou 19% em comparação com o período anterior à pandemia, e as conversas são 32% mais longas” (Shearing, 2021, n/p).

²⁸ A pesquisa foi realizada com mais de 5.300 usuários do app, em janeiro de 2021, em diversos países onde o Happn funciona, como Brasil, Argentina, França, Itália, Dinamarca e Espanha.

A matéria da qual o excerto acima foi retirado intitula-se “Pandemia aumenta uso de aplicativos de relacionamento - Serviços criam soluções para período de isolamento social e para o Dia dos Namorados”. Em tempos de incertezas profundas, o mercado oferece “soluções”. O Inner Circle, aplicativo de origem holandesa, ofereceu para a data romântica o “‘Delivery de Encontro’, em que oferece 40 jantares a serem entregues para casais em São Paulo para que aproveitem um jantar romântico virtual, cada um em sua casa” (Monteiro, 2020, n.p.).

A “insustentável leveza do capitalismo” (Illouz, 2020a) proporcionou rapidamente recursos tecnológicos para que a solidão e o medo se tornassem clicks que geram dados, que se tornam mercadorias, que ofereceram às e aos usuárias/os dos aplicativos conteúdos emocionais para a gestão dos afetos durante o isolamento. Em troca oferecemos metadados comportamentais²⁹. Os dados jorraram de “nossos reservatórios emocionais” (Morozov, 2018, p. 166).

Enquanto a classe média pensava em amor e em pedir uma pizza, não exatamente nessa ordem, os/as entregadores/as atendiam a uma demanda crescente de pedidos por meio de aplicativos.

A Rappi, por exemplo, declarou um aumento de cerca de 30% das entregas em toda América Latina. No Brasil, isso foi expresso no aumento de *downloads* de aplicativos de entregas no período compreendido entre 20 de fevereiro e 16 de março de 2020, no importe de 24%, quando comparado com o mesmo período do ano passado; o pico de 126% foi no dia 06 de março, quando o Ministério da Saúde anunciou a ocorrência da transmissão comunitária do vírus no país. Esse cenário contrasta com a manutenção de longas jornadas acompanhadas de queda da remuneração dos trabalhadores do setor. (Abílio et al., 2020, p. 4).

²⁹ Para uma discussão aprofundada é preciosa sobre esse tema ver Poell, Thomas; Nieborg, David; Van Dijck, José (2020)

Dados da pesquisa de Ludmila Abílio e colaboradoras, intitulada “Condições de trabalho de entregadores via plataforma digital durante a Covid-19”, mostram que os entregadores (94,6% dos respondentes são homens entre 270 questionários) estão em vários aplicativos (70,4% dos respondentes). Em minha experiência, essa foi também a realidade dos usuários dos aplicativos de encontros. Raramente os participantes da pesquisa que desenvolvi (Pelúcio, 2019) tinham apenas um app baixado para fins de paquera. Nem por isso tinham mais ou melhores experiências. Na verdade, muitos relataram uma certa exaustão na gestão deles, sobretudo, se estavam muito tempo sem *macths* e/ou *crushs*. Alguns passavam por uma espécie de *burnout* afetivo provocado pela frustração com os encontros ou pelo próprio uso intensificado que faziam dos aplicativos. Sentiam-se emocionalmente precarizados.

Dar mais *likes* ou prolongar a conversa nos chats dos aplicativos enquanto se pedia algo para comer no Rappi ou Ifood pode ter aplacado a solidão de muitas e muitos usuários de aplicativos. Não sabemos ainda ao certo. O que já sabemos é que todos esses pedidos não tornaram a vida dos entregadores menos arriscadas, nem o trabalho melhor remunerado. A indignidade de não ter onde fazer refeições, urinar, descansar ou a possibilidade de ter assistência social se acidentado reforça o abandono desses trabalhadores por parte das empresas e do Estado.

Todas essas precariedades não estão circunscritas a um setor da economia ou a certos tipos de mão de obra. Fazem parte da lógica neoliberal. A mesma que passou a reger nossas relações erótico-amorosas.

Sabemos também que a uberização do amor não se deu por causa da pandemia ou dos aplicativos ou dos dois juntos. O que uberizou o amor e o trabalho não foi o gerenciamento algoritmo dos serviços ou dos encontros. Os aplicativos apenas servem, assim como fomentaram, um sistema que tem na exploração seu alicerce mais profundo e no ideal da liberdade seu discurso mais sedutor.

Referências

Abílio, Ludmila Costhek. Uberização: a era do trabalhador just-in-time? **Estudos avançados**, v. 34, 2020, p. 111-126.

Abílio, Ludmila Costhek. Breque no despotismo algorítmico: uberização, trabalho sob demanda e insubordinação. **Blog Boi da Tempo**, 30/07/2020a. Disponível em: <https://blogdaboitempo.com.br/2020/07/30/breque-no-despotismo-algoritmico-uberizacao-trabalho-sob-demanda-e-insubordinacao/>. Último acesso em 27 mar. 2022.

Abílio, Ludmila Costhek et al. Condições de trabalho de entregadores via plataforma digital durante a Covid-19. **Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano**, v. 3, 2020.

Abílio, Ludmila Costhek. Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, v. 18, n. 3, 2019, p. 41-51.

Andrade, Adriana García. El amor como problema sociológico. **Acta sociológica**, v. 66, 2015, p. 35-60.

Ballestrin, Luciana. O debate pós-democrático no século XXI. **Revista Sul-Americana de Ciência Política**, v. 4, n. 2, 2018, p. 149-164.

Balieiro, Fernando de Figueiredo. O match entre o amor e o mercado: uma análise antropológica das masculinidades em aplicativos de relacionamento. **Cadernos Pagu** (62), 2021 1:e216225.

Bernardo, Aristides Ariel. **“Deslize pro lado contrário da tua orientação política”: emoções e polarização político-ideológica nas experiências afetivo-sexuais mediadas pelo aplicativo Tinder**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, 2021.

Bezerra, Mariany Alves; MOZZATO, Anelise Rebelato. Gamificação nas organizações: uma revisão de literatura. **Revista UFG**, v. 21, 2021.

Cabanas, Edgar; Illouz, Eva. **Happycracia – Fabricando cidadãos felizes**. Tradução Humberto do Amaral. São Paulo, Ubu Editora. Edição do Kindle. 2022.

Cannas, Fábio. A Uberização do Trabalho Frente à Pandemia De Covid-19 no Brasil. **Revista Direitos, Trabalho e Política Social**, v. 7, n. 13, 2021, p. 198-221.

CEPEDISA, COENCTAS. **Direitos na pandemia mapeamento e análise das normas jurídicas de resposta à covid-19 no Brasil**, Boletim 10, São Paulo, 20/01/2021.

Correia, Flávia; Soares, Lucas. Reflexo da pandemia: compras em aplicativos crescem 40% em 2021. **Olhar Digital**, 03/04/2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/04/03/internet-e-redes-sociais/reflexo-da-pandemia-compras-em-aplicativos-cresce-40-em-2021/>. Último acesso em 13 out. 2021.

Del Carmen, Gabriela. Apps de namoro crescem na pandemia; conheça os 7 melhores. **Forbs Tech**. 11 de junho de 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/06/apps-de-namoro-crescem-na-pandemia-conheca-os-7-melhores/>. Último acesso em 12 out. 2021.

Engels, Friedrich. **A origem da família, da propriedade privada e do Estado**. Clube de Autores, 2009.

Ferreira, Mara, Aldelman, Miriam. O sentimento amoroso na vida das mulheres solteiras. **Mimeo**. Sem data.

Fiore, Matheus. Pandemia aumenta em 75% a procura de aplicativos de saúde. **B9 -Tech**. 08 de junho de 2021. Disponível em: <https://www.b9.com.br/145331/pandemia-aumenta-em-75-a-procura-de-aplicativos-de-saude/>. Último acesso em 13 out. 2021.

Hobsbawm, Eric. **A era das revoluções: 1789-1848**. Editora Paz e Terra, 2015.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Número de desempregados chega a 14,1 milhões no trimestre até outubro. **Agência IBGE**, 29 dez. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia--de-noticias/noticias/29782-numero-de-desempregados-chega-a--14-1-milhoes-no-trimestre-ate-outubro>. Último acesso em 12 out. 2021.

Illouz, Eva. **La Fin de l'amour. Enquête sur un désarroi contemporain**. Média Diffusion, 2020.

Illouz, Eva. L'insoutenable légèreté du capitalisme vis-à-vis de notre santé, par Eva Illouz. **L'OBS**, 23/03/2020. Disponível em: <https://www.nouvelobs.com/idees/20200323.OBS26443/l-insoutenable-legerete-du-capitalisme-vis-a-vis-de-notre-sante-par-eva-illouz.html>. Último acesso em 30 mar. 2022.

Illouz, Eva. "Don't Be My Valentine: Are Couples Becoming a Thing of the Past"? **Haaretz, Israel**. 2013. Disponível em: <https://www.haaretz.com/.premium-don-t-be-my-valentine-is-coupled-1.5229897>. Último acesso em 29 mar. 2022.

Illouz, Eva. **¿Por qué duele el amor? Una explicación sociológica**. Traducción de María Victoria Rodil. Buenos Aires: Katz, 2012.

Jabojs, Manuel. O amor é química. Os algoritmos começam a falhar quanto mais complexa é a pessoa. **El País – Brasil**, 03/12/2021. Disponível em: <https://>

brasil.elpais.com/ciencia/2021-12-03/o-amor-e-quimica-os-algoritmos-comecam-a-falhar-quanto-mais-complexa-e-a-pessoa.html. Último acesso em 26 mar. 2022.

Da Silva Junior, Alcidésio O.; Da Silva, Jeane Felix; Couto, Edvaldo Souza. Amor, sexo e distância física. **Revista Educação em Questão**, v. 58, n. 58, 2020.

Lacerda, Vinícius. Questão de gosto: o racismo, a homofobia e a gordofobia nos aplicativos de relacionamento. **Carta Capital**, 09/12/2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/saudelgbt/questao-de-gosto-o-racismo-a-homofobia-e-a-gordofobia-nos-aplicativos-de-relacionamento/>. Último acesso em 27 mar. 2022.

Lorite, Jaime. Quem tem as duas doses é um partidão e tudo que mudou no Tinder nos tempos de máscara. **El País**, 06/08/2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/cultura/2021-08-06/quem-tem-as-duas-doses-e-um-partidao-e-tudo-o-que-mudou-no-tinder-nos-tempos-de-mascara.html>. Último acesso em 27 mar. 2022.

Miskolci, Richard. **Batalhas morais: política identitária na esfera pública técnico-mediatizadora**. Autêntica Editora, 2021.

Pelúcio, Larissa. O amor em tempos de aplicativos: notas afetivas e metodológicas sobre pesquisas com mídias digitais. In: Pelúcio, Larissa, Pait, Heloísa, Teixeira, Tiago. **No Emaranhado da Rede**. São Paulo, Annablume/Fapesp, 2015.

Pelúcio, Larissa. **Amor em tempos de aplicativos: Masculinidades heterossexuais e a nova economia do desejo**. São Paulo: Annablume, 2019.

Poell, Thomas; Nieborg, David; Van Dijck, José. Plataformização. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, 2020, p. 2-10.

Primo, Alex. Afetividade e relacionamentos em tempos de isolamento social: intensificação do uso de mídias sociais para interação durante a pandemia de COVID-19: **Comunicação & Inovação**, v. 21, n. 47, 2020.

Morozov, Evgeny. **Big Tech**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

Reuters. País lidera downloads de aplicativos de e-commerce na pandemia. **R7**, 14/09/2021. Disponível em: <https://noticias.r7.com/economia/pais-lidera-downloads-de-aplicativos-de-e-commerce-na-pandemia-14092021>. Último acesso em 13 out. 2021.

Revista Arco Jornalismo Científico e Cultural. Setembro amarelo: solidão na pandemia Estudo que contou com a participação de pesquisador da UFSM investiga o impacto das relações sociais nos pensamentos sobre suicídio dos brasileiros, **UFMS**, 10/09/2021. Disponível em: <https://www.ufsm.br/midias/arco/setembro-amarelo-solidao-pandemia/>. Último acesso em 30 mar. 2022.

Schering, Hanzel. Pandemia mudou modo como pessoas dão 'match', diz chefe do Tinder. **BBC News Brasil**, 22/06/2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-57575906>. Último acesso em 30 mar. 2022.

Vasconcelos, Mário Fellipe Fernandes Vieira; Pelúcio, Larissa Maués. Amor em tempos de aplicativo: entrevista com a antropóloga Larissa Pelúcio. **Cadernos de Campo** (São Paulo-1991), v. 29, n. 2, 2020, p. e175150-e175150.

Recebido em 10/01/2022

Aceito em 17/05/2022