



# O negócio da solidão: sexualidade e práticas organizativas de usuários de aplicativos de relacionamento gay no Brasil

Luiz Alex Silva Saraiva\* e Mario Fellipe Fernandes Vieira Vasconcelos

Universidade Federal de Minas Gerais, Av. Pres. Antônio Carlos, 6627, Pampulha, 31270-901, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brazil. \*Author for correspondence. E-mail: [saraiva@face.ufmg.br](mailto:saraiva@face.ufmg.br)

**RESUMO.** A solidão tem sido enfatizada em quase todos os cenários do neoliberalismo, o que foi agravado com a pandemia de Covid-19. Nesse texto nos ocupamos de discutir a solidão enquanto negócio, para isso tratando de como os aplicativos de relacionamento voltados para encontros de homens gays, bissexuais e transexuais empregam a tecnologia como mecanismo de mediação de desejos em uma lógica individualista e assentada sobre relações de troca econômica. O texto, que privilegia a análise, tem como pontos de partida as aproximações e cruzamentos entre duas investigações realizadas em Belo Horizonte e Fortaleza com usuários de apps. Os principais resultados ratificam o foco na solidão como ponto de partida e, surpreendentemente, como ponto de chegada em ferramentas que deveriam promover o encontro, o que leva a reflexões mais amplas sobre as combinações entre os aspectos técnico e social da economia de plataforma em um sistema de produção capitalista.

**Palavras-chave:** solidão; sexualidade; diversidade; práticas organizativas; aplicativos de relacionamento.

## The business of loneliness: sexuality and organizational practices of gay dating apps users in Brazil

**ABSTRACT.** Loneliness has been emphasized in almost every scenario of neoliberalism, which was aggravated with the Covid-19 pandemic. In this text we discuss loneliness as a business, dealing with how dating apps for gay, bisexual and transgender men use technology as a mechanism for mediating desires in an individualistic rationale based on economic exchange relations. The text, which emphasizes analysis, has as its starting points the approaches and intersections between two investigations carried out in Belo Horizonte and Fortaleza with app users. The main results endorse the focus on loneliness as a starting point and, surprisingly, as a point of arrival in tools that should promote encounter, which leads to broader reflections on the combinations between technical and social aspects of the platform economy in a capitalist production system.

**Keywords:** loneliness. sexuality; diversity; organizational practices; relationship applications.

Received on November 22, 2023.

Accepted on July 26, 2024.

## Introdução

Em meio a tantas possibilidades de explicação sobre os complexos tempos em que vivemos, uma das poucas unanimidades é a ênfase do capitalismo no processo de individualização, baseada em uma perspectiva na qual o indivíduo se apresenta como uma fonte de todas as respostas. Além da fragilização das dimensões propriamente sociais da existência humana, esse contexto traz uma série de desdobramentos, em especial a influência da economia sobre as esferas da vida social, e a exploração econômica da solidão. Entendemos solidão “[...] não apenas como uma realidade individual, mas enquanto experiência subjetiva dependente dos contornos sociais em que é vivenciada” (Pais, 2016, p. 351), portanto um fenômeno social, produzido em termos econômicos e organizacionais.

A solidão tem sido enfatizada em quase todos os cenários do neoliberalismo, o que foi agravado com a pandemia de Covid-19. O distanciamento social e a solidão experimentados pela maior parte das pessoas podem ter justificado a adesão de novos usuários a plataformas digitais como uma alternativa para lidar com suas emoções e desejos. Partimos do pressuposto de que o sentimento de solidão vivenciado pelos usuários tem fomentado o negócio dos aplicativos de relacionamento (*apps*) por meio de estratégias que visam o

adiamento do encontro e o prolongamento indefinido das buscas. Esse processo de tornar a busca dos usuários um fim em si mesmo é alimentado por uma lógica mercantil do descarte e uma perspectiva afetiva da abundância que incita a eterna busca.

Nesse texto nos ocupamos de discutir a solidão enquanto negócio, para isso tratando de como os aplicativos de relacionamento voltados para encontros de homens gays, bissexuais e transexuais se valem da tecnologia como mecanismo de mediação de desejos em uma lógica individualista e assentada sobre relações de troca econômica (Halston, Iwamoto, Junker, & Chun, 2019). Defendemos que a solidão é um negócio central nos nossos tempos porque espelha o interesse do capitalismo em uma liberdade que só é possível em relações atomizadas nas quais prevalece o interesse individual. A alegada liberdade de existir e de escolher rima com a possibilidade capitalizada de vir a ser, o que faz da diferença algo perigoso para os que se inserem à margem do sistema e que não tem como consumi-lo de forma ‘livre’, isto é, viável em termos econômicos. Ao predeterminar *scripts* em uma dinâmica da vida emocional e sexual dos usuários em um ambiente concebido em termos de algoritmos, os aplicativos empregam um caráter cada vez mais racional e previsível nas buscas, fazendo com que os usuários orientem suas ações de maneira estratégica nesse mercado afetivo, a fim de obter visibilidade e reconhecimento pelo acúmulo de interações, e não necessariamente pela efetivação do encontro presencial, o que reforça a solidão, contrariando o que propõem tais aplicativos.

Estudos como os de Saraiva, Santos e Pereira (2020), Ahlm (2017) e Illouz (2011) já demonstraram que as possibilidades de ser ‘bem-sucedido’ em tais aplicativos em muito diz respeito à capacidade de ‘ser consumido’ pela aderência ao que é desejado pela maioria: um homem branco, másculo, jovem, saudável, atlético, viril etc. (Filice, Raffoul, Meyer, & Neiterman, 2019). Isso cria um vasto mercado conexo de fabricação de possibilidades de consumo na forma de produtos que valorizem a juventude, os cuidados com o corpo, entre outros elementos, o que estimula a criação, a manutenção e a expansão de uma verdadeira cadeia produtiva que se alimenta da solidão dos usuários, ponto de partida e de chegada de todos os empreendimentos. Trata-se, portanto, de algo além da perspectiva psíquica, porque estamos diante de um fenômeno dirigido pela economia e socialmente orientado para a produção de subjetividades ajustadas às possibilidades disponibilizadas pelos algoritmos em um processo que economiciza relações e padroniza possibilidades de interação (Noble, 2018).

A rigor, quando nos referimos a tais aplicativos, falamos de economia de plataforma (Srnicek, 2016), que se baseia na ideia de oferecer uma ‘base’ a partir da qual *hardware* e *software* de negócios possam operar, de forma articulada. Todavia, a liberdade e a flexibilidade para que as atividades possam florescer de forma criativa em qualquer lugar do mundo, celebradas como benesses da economia 4.0, apresentam efeitos complexos que começam a ser observados, como os associados à perda de soberania (Bratton, 2016), ao potencial de destruição (O’Neil, 2016), à vigilância de atividades (Bruno, 2018) e outros aspectos que só agora passaram a ser analisados, e cujos desdobramentos estão longe de ser integralmente conhecidos.

Enxergamos, nesse quadro, diversas possibilidades de leitura organizacional, tanto sob o ponto de vista do negócio das plataformas para a interação virtual, como nos mecanismos levados a cabo pelos usuários, olhar que priorizamos nesta discussão. Observar as práticas dos usuários nos parece promissor uma vez que elas podem revelar caminhos não apenas de aderência aos comportamentos que foram para eles planejados nos aplicativos de relacionamento, mas, em especial as formas pelas quais eles conseguem burlar o estabelecido, criando novas rotinas e possibilidades de interação (Saraiva, 2023). Geiger (2009, p. 195) é explícito quanto a que “[...] todo fenômeno organizacional pode ser entendido e enraizado em ações individuais [...]”, o que destaca a dimensão das práticas desses sujeitos. Os meios pelos quais eles reagem e improvisam (Whittington, 2011) ao que lhe é apresentado definem, assim, as experiências que eles podem ter com elementos dispostos desta ou daquela maneira. Em outras palavras, o que viabiliza os aplicativos de relacionamento em termos de padrões previsíveis de interação é reconfigurado pelas ações dos usuários, que redefinem os objetivos iniciais em outras possibilidades de práticas organizativas ao incorporarem a imprevisibilidade e a resistência em outras formas de operar o sistema, ainda que não seja fácil agir de forma contra-hegemônica.

## Metodologia

Este texto foi construído com lastro no cruzamento de pesquisas, dados e análises produzidas nos contextos de Belo Horizonte e Fortaleza, duas cidades brasileiras. Precisamos explicitar que não se trata de um estudo comparativo clássico porque nosso propósito não é o de cotejar os achados, mesmo porque as duas investigações diferem nos objetivos, nos métodos e na operacionalização, mas proporcionar diálogos

mediante a aproximação de dois estudos que giram em torno da mesma temática, o que consideramos uma rica possibilidade. Em conjunto, as investigações permitiram compreender como a experiência subjetiva e social da solidão vem se transformando em um negócio também no contexto de plataformas de relacionamento.

A pesquisa em Belo Horizonte, realizada no Grindr – maior aplicativo grátis de rede social para homens gays, bissexuais e curiosos do mundo – se insere em uma investigação mais ampla sobre as interfaces entre cidades, tecnologias e diferenças e vem sendo realizada de forma continuada desde 2019, tendo já sido encerradas duas fases de coleta de dados. Após a criação de um perfil identificado como ‘pesquisador’, com atenção à experiência de Braz (2010), as interações levadas a cabo com foram orientadas por preocupações com: a) a validade das informações, uma vez que nesses aplicativos muitos perfis são falsos ou omitem informações, e b) o interesse genuíno em contribuir com a investigação, pois muitas das interações podem ser caracterizadas como formas de assédio, talvez em razão de algum chamariz particular da denominação adotada. A segunda fase da pesquisa adotou outra perspectiva metodológica, interessada nos percursos biográficos dos entrevistados, razão pela qual foram escolhidas e convidadas duas pessoas para a coleta de histórias de vida. A dinâmica se baseia em uma série de encontros individuais com cada participante e, sem roteiro, foi-lhes pedido para que narrassem suas vidas como se fosse um livro. A história pode ser subdividida em partes ou capítulos, e ser contada em muitos ou poucos episódios, que podem ser recuperados em outra interação, mesmo que trate de outro assunto. Isso implicou serem mais longas e aprofundadas as interações, e aos poucos se desenharam pistas de como os aplicativos de relacionamento se inseriram nas trajetórias pessoais, possibilitando construir nexos de significado.

O estudo em Fortaleza traduz em um esforço de etnografar as interações dos usuários em dois aplicativos de relacionamento gay: o Grindr e o Scruff – aplicativo idealizado por Johnny Skandros Scruff lançado em 2010, atualmente com mais de 10 milhões de usuários no mundo, sendo considerada a segunda maior base de dados de aplicativos – considerando que os dois possuem um número maior de usuários e que ambos haviam sido os primeiros a serem utilizados por homens em larga escala no Brasil. Aposta na observação, registro e análise dos perfis dos usuários, bem como na interação com eles, a fim de compreender como narram e organizam o encontro com parceiros online. Essa técnica de pesquisa foi chamada por Miskolci (2017) de ‘observação interativa’ e consiste na observação da dinâmica dos aplicativos, dos perfis e das interações dos usuários a fim de compreender, por meio da realização de entrevistas, como eles negociam seus encontros. Em um primeiro momento da pesquisa empírica, foram priorizadas a observação e análise da composição dos perfis, evitando interações de qualquer natureza com os usuários, tendo sido privilegiada a descrição e análise do conteúdo textual disponível nos perfis e das fotos dos perfis que ofereceram pistas sociais sobre os usuários. Em um segundo momento, ocorreram interações com os usuários que entraram em contato pelo aplicativo demonstrando interesse em colaborar com a pesquisa. A partir desse momento, foram explicados alguns aspectos da pesquisa e, em seguida, enviado um *link* de um formulário feito pelo Google Forms, onde constavam algumas perguntas que envolviam desde aspectos socioeconômicos (como profissão, nível educacional, renda familiar, bairro, raça, idade, identidade de gênero e orientação sexual) a questões mais direcionadas às formas de uso da plataforma (como tempo diário dedicado às redes sociais, número de conversas diárias, tempo de interação das conversas, como enxergavam as relações produzidas nesses espaços, dentre outras). O tempo total de realização da coleta de dados campo foi de cerca de dois anos não consecutivos, em que os aplicativos foram instalados e desinstalados diversas vezes, seja pelo caráter absorvente que a pesquisa suscitava em um contexto de uso incorporado dos *smartphones* à vida cotidiana, seja pela sincronicidade exigida pelas conversas que criava exigências de interações rápidas e instantâneas às quais que nem sempre o investigador tinha condições de corresponder.

Esses caminhos distintos permitiram uma confluência interdisciplinar e multimetodológica que resultaram em um texto reflexivo sobre a questão da solidão e do quanto ela tem se firmado como um negócio, notadamente no meio dos aplicativos de relacionamento. Não é nossa intenção aqui apresentar uma perspectiva procedimental dos métodos e tampouco das filigranas dos dados. Pensamos que a contribuição que podemos trazer se encontra em um certo nível de ‘descolamento’ de uma certa ortodoxia nos estudos organizacionais, à medida que somos mais orientados em direção a um refinamento analítico do que os estudos trazem e sobre os diálogos possíveis de serem levados cabo. Nesse sentido, apresentamos a seguir duas seções teórico-metodológicas, em que a teoria enquanto explicação do fenômeno conversa com os dados empíricos encontrados abrindo caminhos para o amadurecimento de ambas as perspectivas. Nesses termos, não apresentaremos ‘dados’ em separado como fragmentos de entrevistas, ou trechos de diários de campo. Nosso propósito é procurar trazer os achados das pesquisas em diálogo com a teoria de maneira a explorar o potencial analítico do tema.

### Sexualidades, práticas organizativas e economicização da vida

Os tempos de aceleração que vivemos têm sido pródigos na apresentação de cenários que mudam depressa, arruinando noções mais ou menos sólidas e com as quais estávamos acostumados. A questão da sexualidade é uma dessas noções felizmente arruinadas. Invocando a biologia – que pode ser desprezada quando conveniente – e suas definições de masculino e feminino, segmentos conservadores têm influenciado historicamente quase todas as sociedades ocidentais com a visão de ‘adequação anatômica e reprodutiva entre macho e fêmea’. Repetida à exaustão também enquanto inescapabilidade de desígnios divinos, essa perspectiva dualizada tem se mostrado por centenas de anos como o parâmetro da ‘correção da vida’, submetendo quaisquer diferenças a nuances biologizadas de existência. As inúmeras tentativas de silenciamento histórico de manifestações de gênero e de sexualidade ‘fora do padrão’ em culturas antigas na Europa, como na Grécia e em Roma (Hubbard, 2003), na Ásia, em particular na China (Hinsch, 1993) e no Japão (Leupp, 1997), na América antes da chegada dos europeus (Fernandes, 2019), tentaram criar uma verdade a partir do apagamento de diferenças e existências.

Autores como Michel Foucault e Judith Butler ajudaram a construir outras possibilidades de explicação do que nos constitui, inclusive quanto ao gênero e à sexualidade, tomando como tarefa questionar o binarismo biologizado. Foucault (1997; 1984) denunciou que, ao longo da história, o sexo foi empregado como um recurso de controle social nas sociedades ocidentais. Ao definir que o sexo biológico é igual ao gênero e que tem propriedades ‘naturais’, a sociedade estabelece uma estrutura na qual os sexos tem lugares e papéis diferenciados, cabendo aos sujeitos apenas se resignar a cumprir normas estabelecidas e que decidirão, em última instância, quem serão em sociedade. Para garantir esse ordenamento, as sociedades ocidentais se valeram da ciência em geral, e da Medicina, em particular, para definir o que são corpos saudáveis, portanto ‘corretos e ajustados em termos anatômicos’, havendo todo um processo pedagógico de inclusive apresentar as pessoas à forma pela qual devem ser as coisas. Em um constructo associado a uma ‘normalidade’, os dispositivos desse dito normal operam de forma explícita para atender a questões operacionais e pedagógicas. ‘Aproxime-se e seja normal’ é o que anunciam, como se as diferenças fossem questão de opção, e não de constituição e *performance*. Divergir disso significava algum nível de patologia, tarefa à qual os médicos se dedicaram ao classificar, hierarquizar e normalizar as pessoas a partir de uma métrica universal e inescusável.

Todavia, genitália, gênero e sexo não se tratam de sinônimos (Butler, 2010). Embora relacionados, não implicam um estar contido no outro, uma vez que operam em dimensões distintas, de biologia, de identidade e de afeto. O sexo biológico não tem sozinho o poder de definir a pessoa em sua totalidade; na verdade, sequer limita os usos que o sujeito pode dele fazer, o que abre uma gama de perspectivas para encarar como cada um pode escrever a sua própria história a partir, inclusive, dos usos do próprio corpo, reinventando a gramática monolítica da biologia. Na mesma linha, gênero não se refere a algo fixo, mas a algo que se reconhece e que se performa, não a algo que se tem ou que se é, mas que se performaticamente está, em um fluxo contínuo de reinvenções. A sexualidade dialoga com essas duas ideias na medida das diferenças dos sujeitos, pois o desejo é móvel e pode se deslocar de acordo com a vida performada. As diferenças entre as pessoas podem acionar chaves múltiplas de combinação e de recombinação de características de forma continuada, permitindo que as existências produzam e reproduzam formas de sociabilidade que incluem fluidez nas maneiras de se relacionar. Ninguém, assim, está condenado a ter o seu desejo orientado pelas suas características biológicas, ou a ter a sua identidade de gênero ditando como serão suas relações afetivas, e assim por diante. Estamos diante de possibilidades de autorreconhecimento que facultam às pessoas, no infinito das suas diferenças, a definição de como se percebem e como pensam que devem viver e amar, de maneira dinâmica e aderente aos seus próprios momentos históricos.

Contudo, não estamos diante de algo esperado ou fácil de aderir. Do ponto de vista dos sujeitos, libertar-se da biologia, do gênero e da sexualidade como determinantes da existência humana é desafiar constructos históricos que se alimentam de ignorância, de intolerância e de formas variadas de opressão sobre os corpos (Oliveira, 2018). É saber que não se trata de um processo sem reações variadas, pois para cada dissidente há um mundo de prescrições biológicas, religiosas, morais, para ficar apenas em algumas, que buscam tentar resgatar a ovelha para o rebanho. Mas nos parece sem volta essa questão. Muitas gerações de dissidentes anteriores sofreram violências múltiplas para que chegássemos a um momento em que existir precisa ser também um exercício ético, de honestidade para consigo mesmo. Para além dos aspectos propriamente individuais, tratamos aqui de elementos éticos associados à existência plena que partem do reconhecimento

íntimo de quem somos e do respeito com que isso deve ser encarado pelos demais. E isso é importante na medida de sermos tratados com equidade a partir de nossas diferenças.

Se podemos assumir algum consenso quanto a isso a partir desse momento, não podemos ser ingênuos quanto ao peso que recai sobre a dissidência. Ela, em si, materializa uma espécie de provocação ao estabelecido, ameaçando a ordem por não caber nos moldes dispostos por ela. Divergir do estabelecido, para além das questões individuais e sociais, também concerne a procurar meios pelos quais se consigam efetivar outras formas de existir, à revelia do sistema, que procura legitimar vidas 'normais' e justificar a extinção das 'anormais'. Os que divergem da frequência convencionada terminam por ter de construir para si meios de existir, dissidiando, inclusive no nível da organização, para dar suporte às suas existências. Há práticas organizativas, assim, meios pelos quais operam as diferenças, formas pelas quais as existências ditas dissidentes podem criar para si condições de vida em um cenário mormente desfavorável.

A questão das práticas, em evidência nos estudos organizacionais pelo menos desde a *practice turn* (Whittington, 1996), apresentou imensas instigações para o que é tomado como organizacional. A noção de organização como algo teleologicamente orientado se via desarmada em função de se reconhecer, de uma forma diferente do passado, que havia uma dinâmica organizacional para além do planejamento, da organização, da direção e do controle. À medida que os trabalhadores passaram a ser reconhecidos como sujeitos das suas práticas, como praticantes do seu contexto, portanto capazes de levar a cabo, na prática, concepções e ações associadas a referenciais que muitas vezes nada tem a ver com o que se toma por organizacional, isso permitiu redimensionar questões como seus saberes, as pretensões organizacionais prescritivas, os objetivos da organização, os controles etc. (Jarzabkowski, 2005).

Reconhecer as práticas em termos organizacionais centrais atesta o potencial dos praticantes em operar de formas alheias ao concebido (Schatzki, 2006). O que por eles é feito na prática, assim, redefine aspectos como estratégia, processos, e resultados, por exemplo, porque eles são reinterpretados e concretizados sob outro prisma, que depende menos de quem os planejou do que de quem os pratica (Chia & Holt, 2009). No mínimo podemos dizer que é um exercício e tanto de deslocamento para uma área acostumada a definir de forma unilateral como as coisas devem ser. E que esse deslocamento permite enxergar aspectos desafiadores para os estudos organizacionais, como o que seria, afinal, organizar, seus componentes e, mais importante, as pessoas que disso participam. Planejar, organizar, dirigir e controlar podem significar outras coisas em uma prática não comprometida com o desempenho econômico. O praticante, apesar de subestimado nos moldes funcionais de organização, adquire uma relevância extraordinária porque é por meio dele que se concretiza (ou não) o organizacional (Vaara & Whittington, 2012).

E quando as organizações migram para o contexto tecnológico, como as coisas ficam? Essa questão, acompanhada de várias outras, emerge quando pensamos nos negócios da economia 4.0, que parece manter algumas das características dos momentos anteriores, como a centralidade do lucro e o controle organizacional, mas para isso faz uso de ferramentas tecnológicas avançadas. A chamada economia de plataforma (*platform economy*) é uma construção sociotécnica: um conjunto de aplicações, *softwares* ou processos, que por sua vez prevê interação social para viabilizar o negócio. Para isso, a parte técnica emprega várias ferramentas, entre as quais os algoritmos, encarregados de mapear preferências dos usuários e prever suas próximas ações, oferecendo-lhes opções de acordo com o registrado (Bruno, Bentes, & Faltay, 2019).

A configuração dos negócios nessa economia de plataforma, assim, procura cercar os consumidores de caminhos que possam satisfazer às suas demandas, mas sem jamais descolá-los de uma visão de negócio que faz lucrativo cada passo no processo. Para tanto, são assumidos alguns inegáveis pontos de partida, que por sua vez servirão de base para percursos na plataforma. Como nesse texto falamos de aplicativos de relacionamento voltados para gays, bissexuais e transexuais, um ponto de partida central é a solidão. Em tese, tais *apps* existem para fazê-la desaparecer à medida que vão proporcionar condições de converter as interações virtuais em encontros reais, pondo fim a qualquer afastamento (Goedel & Duncan, 2015). Mas não é bem o que encontramos nas nossas pesquisas: a solidão é, sim, um ponto de partida; mas, surpreendentemente, também é o ponto de chegada nesse negócio que converte a vida em economia, tal como discutido por Saraiva e Vasconcelos (2022).

### **Da atitude *blasé* ao *ghosting*, a solidão como negócio**

Todo mundo sente solidão. Quem já não se sentiu sozinho mesmo estando rodeado de pessoas? Quem nunca experimentou um sentimento de melancolia que o fez querer se isolar dos outros? Embora a solidão

seja um sentimento vivenciado por toda pessoa em algum momento da vida, sendo por isso considerada um fenômeno universal, a forma como a experimentamos é social e historicamente condicionada. Para Pais (2016), a experiência da solidão está vinculada a uma “[...] quebra dos laços sociais que afetam o sentido da vida, o significado que as pessoas têm umas para as outras” (Pais, 2016, p. 13).

Desde a sua gênese, no Século XIX, as Ciências Sociais, de maneira geral, e a Sociologia, em particular, se ocuparam em compreender a relação indivíduo e sociedade no que tange aos processos de formação e manutenção dos laços sociais. ‘Que mecanismos sociais os integram ou desintegram? O que nos mantém ligados ao outro? Como ações individuais possuem ressonância na sociedade ou por ela são forjadas?’ eram algumas das formulações da nascente ciência. Se as Ciências Sociais se colocaram, desde a sua fundação, a estudar os dilemas que envolvem o estar junto, parecem ter empreendido esse esforço à custa de uma compreensão social da solidão.

A solidão foi considerada durante muito tempo um sentimento apenas subjetivo e uma condição existencial, o que justificou o interesse de campos como a Literatura, a Filosofia e as ciências psíquicas. Ela tem sido um objeto de estudo relegado pelas ciências da sociedade por não ser compreendida como um fenômeno produzido em sociedade, mas limitado a um sentimento, a um afeto individual, e, portanto, a uma experiência existencial e subjetiva. Desse modo, “[...] se a sociologia tem alguma coisa a dizer sobre tal sentimento é porque ele se reveste de profundas marcas sociais, apesar de se manifestar individualmente” (Pais, 2016, p. 7). Portanto, compreender a solidão a partir de uma perspectiva sociológica implica observar os discursos produzidos sobre ela e como determinados dispositivos culturais se apropriam dos nossos afetos e produzem um verniz natural e subjetivo de uma condição que, embora vivenciada em termos subjetivos, é tributária de contornos sociais específicos. Nesse sentido, compreendê-la como um fenômeno sociológico significa analisar os mecanismos sociais que criam, potencializam ou naturalizam um estado emocional e, ao mesmo tempo, uma condição existencial (Minois, 2013).

A ideia de solidão, conforme estamos familiarizados, emerge no contexto da modernidade, com o surgimento da noção de individualidade, expressa na imagem de um indivíduo não mais definido por sua pertença ao grupo, seja este o feudo, o clã, ou a família. A emergência de um domínio privado dá início ao cultivo de uma intimidade que antes inexistia. A solidão só se tornou uma experiência subjetiva no mundo moderno a partir de um conjunto de condições sociais e objetivas que a viabilizaram, desde a modernização das cidades e o renascimento do comércio que possibilitou uma relação com o outro mais atomizada, o surgimento de um espaço privado no interior da casa: os quartos individuais, que tornaram possível o hábito de estar só, o cultivo de uma vida interior, alimentada pela leitura silenciosa dos romances e da escrita em diários íntimos (Sibilia, 2016). O modo como essa experiência íntima passou a ser vivenciada historicamente possui a marca de uma classe social, na medida em que ter um quarto só para si, com porta e chave significava um símbolo de *status*, de pertencimento e da nascente noção de privacidade.

A solidão moderna só pôde ser compreendida a partir do desenvolvimento do individualismo, processo histórico que culminou com a adoção e naturalização de uma atitude distanciada do indivíduo perante a sociedade. Esse processo foi bem analisado por Simmel (1987) ao discorrer acerca da acomodação da subjetividade do eu moderno frente aos estímulos da metrópole. A essa atitude de reserva, o autor deu o nome de *blasé*. A atitude *blasé* constituiria um ajustamento da vida psíquica à variedade de estímulos presentes no contexto de uma cidade grande, funcionando como uma espécie resposta que visava a preservação do eu perante um contexto de crescente estimulação. Expressa ao mesmo tempo desinteresse, uma falta de entusiasmo e de surpresa com o que quer se apresenta, o que, em “[...] nossas vidas em sociedades urbanas nos levaram a um esfriamento das relações e à insensibilidade quanto ao outro” (Saraiva, 2020, p. 428).

Entretanto, se no início da modernidade essa atitude de reserva conferiu maior liberdade ao eu por meio do afastamento do outro por meio da adoção de relações anônimas e sem profundidade, ela produziu, em contrapartida, a solidão. O *blasé*, como uma expressão da subjetividade moderna, configurou uma resposta psíquica diante de um problema social que culminou na formação do modelo dominante da subjetividade moderna ocidental. É somente na metrópole contemporânea que um indivíduo pode, por exemplo, acordar com o auxílio de um despertador, ler o jornal que foi deixado em sua porta, usar um carro para se locomover, ir ao supermercado e comprar comida já preparada, sacar dinheiro num caixa eletrônico e ir ao cinema sozinho. Todas as atividades descritas, relacionadas à informação, alimentação, transporte, lazer e dinheiro foram efetuadas sem que ocorressem interações significativas com outras pessoas, tendo esse indivíduo transitado por um mundo de meros contemporâneos (Castro, 2001).

O processo de privatização do desejo ganha contornos mais precisos em um contexto marcado pelo uso individualizado dos aplicativos de relacionamento, que se expressa também em uma individualização da busca, que ocorre considerando os interesses específicos dos usuários (Hirigoyen, 2007). Esse estatuto individualizado, no que concerne aos usos dos aplicativos, tem contribuído para a formação de redes relacionais seletivas (Miskolci, 2017), que operam considerando gostos e preferências individuais. Em uma sociedade constituída por sujeitos autorreferenciados, o acesso individualizado às plataformas, bem como a possibilidade de infinitas escolhas, têm alimentado uma ilusão de controle por parte dos usuários, tornando as interações um território em que eles exercitam seu poder de seletividade, valendo-se de filtros que separam os dignos dos indignos do seu desejo: “[...] sob a perspectiva de um indivíduo-cliente com o poder da escolha, tendem a se sentir moralmente superiores e fisicamente mais interessantes que os demais os usuários” (Pelúcio, 2019, p. 13).

Essa dinâmica interacional autocentrada ocorre no interior de uma interface atraente, com a facilidade de deslizar perfis com um simples toque dos dedos, com informações sintéticas do perfil de com quem se fala, de maneira que pouco permite aprofundamento e o foco em uma pessoa. Entre tantas opções, os usuários ficam saltando de perfil em perfil, muitas vezes de forma simultânea, e acabam não concretizando aproximações com quem quer que seja. E quando se encontram, o sexo parece ser insuficiente, pois retornam depressa ao *app* e recomeçam o ciclo, fazendo-nos entrever que a busca permanente possui não só um caráter virilizante de afirmação da masculinidade como produz, como efeito, um sujeito satisfeito com a sua própria seletividade (Miskolci, 2017). Acumular, selecionar, avaliar, otimizar a fim de obter o máximo de gozo são atitudes que pressupõem a centralidade de um indivíduo que decide e que orienta suas ações a partir de um cálculo racional que segue uma lógica de custo-benefício e que tem na busca sexual a sua centralidade, estimulando a criação, a manutenção e a expansão de uma verdadeira cadeia produtiva que se alimenta da solidão dos usuários, ponto de partida e de chegada de todos os empreendimentos.

A cooptação da solidão dos usuários pela plataforma se dá em um espaço de “[...] caráter comercial e midiático que tende a transformar a busca amorosa em sexual [...]” (Pelúcio, 2019, p. 15), tornando a busca um fim em si mesmo, em um contexto onde filtros atuam na criação de redes relacionais seletivas, higienizando as buscas e tornando-as viáveis em termos econômicos. O *status* forjado a partir dessa incessante interação, muitas vezes sem concretização, faz com que emergja práticas organizativas de buscar eternamente, que tem ocorrido no interior de um espaço relacional organizado a partir de uma estrutura de mercado (Illouz, 2011).

A solidão tem aparecido na atitude de cansaço da maioria dos usuários, no ato de instalar e desinstalar os aplicativos, na previsibilidade das interações, no sentimento de inadequação perante a dinâmica das interações nos *apps*, o que nos tem feito aventar que a apropriação mercadológica da solidão tem se dado em um contexto no qual impera uma comoditização sexual e afetiva que se baseia na racionalidade de mercado na apresentação de si, na busca e na constituição de parcerias sexuais e afetivas. Essa comoditização, que exige do usuário certa competência em performar uma aparência atraente segundo os critérios da publicidade gay por meio de fotos, vídeos e textos (Padilha, 2015), tem resultado em um processo de instrumentalização do outro, na fragilização dos laços afetivos e em uma atitude de evitar o compromisso. O estatuto da pessoa é reduzido a fragmentos de textos que aparecem nos perfis e que ressaltam atributos físicos e preferências erótico-sexuais. Já as interações partem de um *script* que se repete a cada nova interação e que inicia com a exigência do envio da foto seguido por perguntas do tipo: ‘Curte o quê?’ ‘A fim de quê?’ ‘Fala de onde?’ ‘A fim agora?’, o que confere aos diálogos um caráter de entrevista, aproximando-as de uma gramática comercial regida pela lógica da otimização e voltada ao alcance de resultados.

Depois de satisfeitas as exigências iniciais do usuário reduzido à categoria de indivíduo-cliente, ele mede, avalia, atribui um valor ao outro e segue em frente para o próximo perfil. Muitas vezes esse processo de avaliação do grau de desejabilidade dos perfis ocorre com vários perfis ao mesmo tempo. Outras vezes, em função da própria saturação visual, em um contexto em que a imagem atua como capital e os atributos da heterossexualidade – mesmo em um aplicativo voltado prioritariamente para gays – como moeda de troca, o usuário só visualiza, emite uma resposta objetiva, como ‘curti’, por exemplo, e segue em frente em seus intuítos difusos para o próximo perfil. Há também a possibilidade de silêncio sobre algumas das fotos recebidas, o que significa que a pessoa não se interessou, sem para isso precisar escrever uma só palavra.

Com relação à experiência dos usuários interessados em desenvolverem alguma relação mais perene ou mesmo para aqueles que demonstram interesse além do sexual, a resposta costuma ser evitar o envolvimento, o que confirma a conclusão de Eva Illouz de que ‘o tinder e o instagram se tornaram a nova lei do mercado’. Ao predeterminar *scripts* em uma dinâmica da vida emocional e sexual dos usuários em um ambiente pensado

configurado em termos de algoritmos, os aplicativos aguçam a previsibilidade e adicionam racionalidade às buscas, associando-as à visibilidade no acúmulo de interações. Investir sempre nisso faz com que a mídia social, de meio, se torne um fim em si mesma, o que pode tornar o encontro presencial menos importante, e talvez desnecessário em alguns casos, reforçando a solidão. Essa modulação subjetiva e social tem se dado no interior de uma estrutura de mercado, expressa por meio da otimização dos perfis, da flexibilização das relações sociais e na concorrência generalizada entre os usuários, algo fomentado pela busca incessante por excitação, em que a seletividade caracteriza o objetivo das interações e não a alteridade.

A dimensão lúdica da interface pode ser confundida com a de um jogo que incita os usuários a múltiplas conexões simultâneas atuando como espaço de exercício narcísico e de cálculo do valor de desejabilidade no mercado afetivo. O prazer precisa ser calculado: o interlocutor precisa ter a imaginação estimulada para gerar níveis elevados de excitação, mas nada em demasia, uma vez que se o estímulo for excessivo, pode levar a um orgasmo, que torna sem sentido a concretização do encontro. Esse processo de autovigilância se dá em nome de uma suposta autonomia que se converte na mera internalização das injunções do mercado, tornando “[...] a liberdade uma obrigação de desempenho [...]” (Safatle, Silva Junior, & Dunker, 2021, p. 165), o que tem resultado na formação de subjetividades frágeis e incapazes de lidar com demandas emocionais (Turkle, 2011). Essa fragilização subjetiva ocorre, por exemplo, em um fenômeno produzido no contexto das relações digitais para lidar com relacionamentos afetivos, o *ghosting*, que consiste no desaparecimento repentino de uma pessoa, logo após uma interação ou um envolvimento de cunho afetivo e/ou sexual. Este termo deriva da palavra *ghost* em inglês, que significa fantasma. Recusar uma interpelação afetiva sempre foi possível; contudo o novo desse fenômeno parece ser evitar o outro de forma generalizada.

De acordo com Sherry Turkle (2011, p. 127), “[...] com as novas tecnologias nos acostumamos a nos livrar das pessoas simplesmente não respondendo. E isso começa com os adolescentes, que crescem com a ideia de que é possível que enviem uma mensagem a alguém e não recebam nada em resposta”. O *ghosting* é uma solução subjetiva e social de um tempo em que a incorporação da internet em nossas vidas resultou em uma intensificação dos nossos estímulos nervosos. Podemos encará-lo como uma espécie de aperfeiçoamento da atitude *blasé* não somente no sentido de reserva, mas também de um pavor juvenil do pacto, do que quer que possa sinalizar envolvimento, vínculo, ou possibilidade de reflexão sobre os sentimentos, passando pela responsabilidade afetiva. Podemos aqui estar diante tanto da descartabilidade das relações sociais contemporâneas, deslocadas para o contexto dos aplicativos de relacionamento, quanto de questões mal resolvidas como as relações afetivas entre pessoas de identidades de gênero coincidentes. Apesar de parecer uma questão superada pelos movimentos de autoafirmação identitária, política e afetiva da população LGBT, é comum encontrar nos aplicativos perfis de usuários que se dizem heterossexuais (casados, separados, noivos) e bissexuais que não incluem qualquer identificação pessoal e se dizem (e procuram parceiros) ‘discretos e fora do meio’ (Miskolci, 2015; 2014; 2009).

Outro fenômeno relativamente novo é o OnlyFans, que consiste na produção e comercialização de vídeos íntimos nas redes. No período da pandemia de Covid-19, o número de usuários dessa plataforma passou de 7,5 para 85 milhões, contando com a adesão de celebridades, influenciadores e anônimos que passaram a comercializar seus conteúdos íntimos (de *nudes* a vídeos de sexo explícito). Apesar das evidências de que a pornografia sempre foi um negócio lucrativo e, de certo modo, necessário para extravar os limites com que o sexo sempre foi tratado em sociedade, sempre se tratou de uma prática levada a cabo por profissionais em *performances* sexuais gravadas e reproduzidas mundo afora (Weitzer, 2009; Siegel, 2002). Com esse novo filão, se havia algum pudor em se assumir como um consumidor ou produtor de material pornográfico, ele parece ter acabado para milhões de pessoas, atendendo a um novo momento da indústria do sexo (Rosen, 2012). De acordo com Strub (2019), já há algumas décadas parece não haver constrangimento na divulgação da própria intimidade se isso for de alguma forma lucrativo. No contexto das mídias sociais, isso parece ter se intensificado, ainda mais se puder também colocar o usuário em evidência ao ter a sua sexualidade consumida, um processo muito novo e ainda não examinado em seus muitos efeitos, conforme Ryan (2019).

A redução do outro a um papel acessório, no domínio das interações sociais, tem nos desresponsabilizado de todos os constrangimentos do vínculo, aparentemente destacando a liberdade. Precisamos ficar cientes, contudo, de que não se trata de uma decisão dos usuários de aplicativos de relacionamento ter relações estéreis como essas; isso se insere em um quadro mais amplo de referência, o capitalismo – uma “[...] produção de modos [...]” (Lazzarato, 2004, p. 202), que não se trata só de um regime político e econômico centrado na liberdade econômica, mas é também ativo constituidor de subjetividades individualizadas e egoístas. Esse



novo *ethos* relacional, que passa pelo apelo a ser livre e poder escolher o que for melhor em termos individuais, resulta na não pactuação dos termos da relação.

Diante desse cenário de transformação do afeto, embora se verifique eventualmente a presença de mais agência e liberdade de escolha por parte dos usuários, a estrutura em que se negociam os encontros foi concebida por empresas que lucram a partir da exploração de uma espécie de mais-valia emocional. Embora essa estrutura em que as interações entre os usuários são negociadas possa ser compreendida e analisada a partir dos modos pelos quais elas vêm sendo utilizadas, a lógica de mercado que ela encarna tem esbarrado em usuários com dificuldade de deslocamento de volta do campo estratégico para o afetivo (Illouz, 2011). A fixação das pessoas em uma perspectiva estratégica tem transformado os usuários em buscadores, pouco ou nada afeitos à imprevisibilidade real dos encontros, e é esse processo de anulação da alteridade ou de uso instrumental do outro que orienta grande parte dos usos dos usuários nas redes. Concordamos com Pelúcio (2019, p. 15) quando diz que “[...] ainda que tenham se alargado as possibilidades de encontros para homens que procuram amor e sexo com outros homens, estes tem dado cercado por recusas, frustrações e regulações que os próprios usuários estabelecem”. Diante de um contexto social de fragilização de laços coletivos e de profunda individualização, de que maneira o sexo e a sexualidade têm atualizado novas desigualdades sociais a partir do processo de captura da solidão dos usuários e de sua consequente transformação em um negócio lucrativo?

### Considerações finais

Nesse texto tratamos da solidão enquanto negócio, para isso discutindo como os aplicativos de relacionamento voltados para encontros de homens gays, bissexuais e transexuais se valem da tecnologia como mecanismo de mediação de desejos em uma lógica individualista e assentada sobre relações de troca econômica. Nossos dados de pesquisa sugerem que, ao contrário do contexto anterior à disseminação dos aplicativos de relacionamento, quando era a efetivação do encontro sexual o que se tinha ao alcance dos dedos, a solidão intensificada pela lógica de mercado dos *apps* levou a que a concretização do encontro tenha se constituído algo adiado para cada vez mais distante. A sensação de cansaço permanente dos usuários, somada à falta de engajamento e a um certo pavor do compromisso, bem como à ausência de uma reflexão mais profunda sobre seus próprios sentimentos, sintetizam os achados relativos a uma parcela significativa dos usuários com quem tivemos contato. O *status* forjado a partir dessa interação faz com que emergjam práticas organizativas de buscar eternamente, que tem ocorrido no interior de um espaço relacional organizado a partir de uma estrutura de mercado (Illouz, 2011).

Nossa leitura sobre os dados sugere que a solidão é um negócio central nos nossos tempos porque espelha todo o interesse do capitalismo em explorar uma liberdade que só é possível em relações atomizadas nas quais prevalece o interesse individual. O sentimento de solidão vivenciado pelos usuários de aplicativos de relacionamento examinados tem fomentado um nicho de mercado que explora uma experiência social e subjetiva para a obtenção de uma crescente mais-valia. Apesar de venderem a ideia de proporcionar interação e encontros, os *apps* exploram a solidão, em um contexto em que o desejo passa a ser cada vez mais compreendido como algo privativo, relativo ao indivíduo, e não como um eixo articulador entre ele e a sociedade (Miskolci, 2017). A apropriação da solidão como um negócio lucrativo pelo mercado dos aplicativos de relacionamento constitui um dos efeitos contemporâneos da nossa transformação em sujeitos consumidores em um circuito que se retroalimenta: de um lado os aplicativos oferecem aos usuários a ilusão de poder ilimitado de escolha no manejo das plataformas, mas, de outro, em contrapartida, tornam a escolha cada vez mais ilimitada, em função das configurações e da abundância de opções disponíveis.

Nossa existência no mundo é inescapável da condição de indivíduos – o que não implica necessariamente a condição onipresente da solidão. Os movimentos do mercado procuram animar os desejos dos usuários ao sofisticar as ofertas em um contexto em que as redes relacionais virtuais se tornam cada vez mais seletivas e segmentadas. O preço da solidão pago por esses usuários nesse mercado afetivo tem se expressado na sua condição de buscadores que racionalizam seus movimentos apenas enquanto simulacro de um real que se assenta sobre um cálculo estratégico que envolve otimização, investimento, controle do tempo, consumo de experiências. Todavia, temos observado sujeitos que levam a cabo práticas organizativas a partir de seu próprio ponto de vista, fora de *scripts*, não se limitando a papéis estruturados e se posicionando quanto ao que lhe é apresentado como ‘dado’. Se os algoritmos de aplicativos de relacionamento partem, estimulam e se valem da solidão como forma de negócio, inserindo os usuários em uma cadeia produtiva do prazer à qual

muitos aderem sem que se deem conta, o potencial de subversão do planejado habita nas práticas dos sujeitos, embora nem sempre seja por eles explorado (Saraiva, 2023).

Como palavras finais, já que *it's just business*, gostaríamos de tratar da questão da inevitabilidade da escassez (Saraiva, 2024). Apesar de eventuais arroubos ingênuos, que poderiam tomar os aplicativos de relacionamento como uma solução afetiva ao invés de econômica, precisamos compreendê-los à luz de um sistema que os explora em função do lucro, tal como todo o resto: os usuários só importam à medida que podem consumir. Mesmo que usem versões gratuitas e pensem nada comprar – consomem imagens, textos, interface, a ideia, enfim – encaixam-se em uma concatenada lógica de apropriação produtiva na qual são indiferentes enquanto partes de um todo. Socialmente, contudo, há entre os usuários diferenças que não podem ser desconsideradas: elas se referem a quem são e em que medida atraem ou são rejeitados por isso. As diferenças, que o *app* trata como meras variáveis, podem implicar práticas deliberadas de rejeição por conta de raça, idade, saúde, classe social, identidade de gênero, afeminação etc., o que sugere que os usuários promovam, em rearranjos diversos, a resistência enquanto possibilidade política.

## Referências

- Ahlm, J. (2017). Respectable promiscuity: digital cruising in an era of queer liberalism. *Sexualities*, 20(3), 364-379. DOI: <https://doi.org/10.1177/1363460716665783>
- Bratton, B. H. (2016). *The stack: on software and sovereignty*. Cambridge, MA: MIT press.
- Braz, C. A. (2010). *À meia-luz – uma etnografia imprópria em clubes de sexo masculinos* (Tese de doutorado). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, São Paulo, Brasil.
- Bruno, F. (2018). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo, SP: Boitempo.
- Bruno, F. G., Bentes, A. C. F., & Faltay, P. (2019). Economia psíquica dos algoritmos e laboratório de plataforma: mercado, ciência e modulação do comportamento. *Revista FAMECOS*, 26(3), e33095. DOI: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.3.33095>
- Butler, J. (2010). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. São Paulo, SP: Civilização Brasileira.
- Castro, C. (2001). Homo solitarius: notas sobre a gênese da solidão moderna. *Interseções – Revista de Estudos Interdisciplinares*, 3, 79-90.
- Chia, R. C. H., & Holt, R. (2009). *Strategy without design: the silent efficacy of indirect action*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Fernandes, E. R. (2019). *Existe índio gay? A colonização das sexualidades indígenas no Brasil* (2a ed). Curitiba, PR: Brazil Publishing.
- Filice, E., Raffoul, A., Meyer, S. B., & Neiterman, E. (2019). The influence of Grindr, a geosocial networking application, on body image in gay, bisexual and other men who have sex with men: an exploratory study. *Body Image*, 31, 59-70. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.08.007>
- Foucault, M. (1997). *História da sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro, RJ: Graal.
- Foucault, M. (1984). *História da sexualidade: o uso dos prazeres*. Rio de Janeiro, RJ: Graal.
- Geiger, D. (2009). The practice-turn in organization studies: some conceptual and methodological clarifications. In A. G. Scherer, I. M. Kaufmann, & M. Patzer (Eds.). *Methoden in der Betriebswirtschaftslehre* (p. 187-205). Wiesbaden, HE: Gabler.
- Goedel, W. C., & Duncan, D. T. (2015). Geosocial-networking app usage patterns of gay, bisexual, and other men who have sex with men: survey among users of Grindr, a mobile dating app. *JMIR Public Health and Surveillance*, 1-13. DOI: <https://doi.org/10.2196/publichealth.4353>
- Halston, A., Iwamoto, D., Junker, M., & Chun, H. (2019). Social media and loneliness. *International Journal of Psychological Studies*, 11(3), 27-38. DOI: <https://doi.org/10.5539/ijps.v11n3p27>
- Hinsch, B. (1993). *Passions of the cut sleeve – the male homosexual tradition in China*. Oakland, CA: University of California Press.
- Hirigoyen, M.-F. (2007). *Les nouvelles solitudes*. Paris, FR: La Découverte.
- Hubbard, T. K. (2003). *Homosexuality in Greece and Rome: a sourcebook of basic documents*. Oakland, CA: University of California Press.

- Illouz, E. (2011). *O amor nos tempos do capitalismo*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.
- Jarzabkowski, P. (2005). *Strategy as practice: an activity-based approach*. London, UK: Sage.
- Lazzarato, M. (2004). From capital-labour to capital-life. *Ephemera: Theory & Politics in Organization*, 4(3), 187-203.
- Leupp, G. P. (1997). *Male colors: the construction of homosexuality in Tokugawa Japan*. Oakland, CA: University of California Press.
- Minois, G. (2013). *L'histoire de la solitude et des solitaires*. Paris, FR: Fayard.
- Miskolci, R. (2017). *Desejos digitais: uma análise sociológica por parceiros on-line*. São Paulo, SP: Autêntica.
- Miskolci, R. (2015). 'Discreto e fora do meio' – notas sobre a visibilidade sexual contemporânea. *Cadernos Pagu*, 44, 61-90.
- Miskolci, R. (2014). Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. *Bagoas – Estudos Gays: Gêneros e Sexualidades*, 8(11), 51-78.
- Miskolci, R. (2009). O armário ampliado: notas sobre sociabilidade homoerótica na era da Internet. *Gênero*, 9(2), 171-190. Doi: <https://doi.org/10.22409/rg.v9i2.88>
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: how search engines reinforce racism*. New York, NY: NYU press.
- Oliveira, M. R. G. (2018). Por que você não me abraça? Reflexões a respeito da invisibilização de travestis e mulheres transexuais no movimento social de negras e negros. *Sur*, 15(28), 167-179.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction*. New York, NY: Crown publishers.
- Padilha, F. (2015). Isto não é um manual de instruções: notas sobre a construção e consumo de perfis em três redes geossociais voltadas ao público gay. *Norus – Novos Rumos Sociológicos*, 3(3), 72-104.
- Pais, J. M. (2016). *Nos rastros da solidão: deambulações sociológicas* (3a ed). Berlin, DE: GD Publishing / Edições Machado.
- Pelúcio, L. (2019). *Amor em tempos de aplicativo: masculinidades heterossexuais e a nova economia do desejo*. São Paulo, SP: Annablume.
- Rosen, R. (2012). *Beaver street: a history of modern pornography*. London, AFI: Headpress.
- Ryan, P. (2019). Netporn and the amateur turn on OnlyFans. In P. Ryan(Org.), *Male sex work in the digital age: curated lives* (p. 119-136). London, AFI: Palgrave Macmillan.
- Safatle, V., Silva Junior, N., & Dunker, C. (2021). *Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico*. Belo Horizonte, MG: Autêntica.
- Saraiva, L. A. S. (2024). (Inevitável) escassez? *Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, 11(31), 390-398.
- Saraiva, L. A. S. (2023). Dinâmicas da vida social organizada de homens gays em aplicativos de relacionamento. *Organizações and Sociedade*, 30(105), 246-269.
- Saraiva, L. A. S. (2020). Isolamento social e solidões na cidade. In L. V. M. Guimarães, T. C. Carreteiro, & J. R. Nasciutti (Orgs.). *Janelas da pandemia* (p. 427-434). Belo Horizonte, MG: Instituto DH.
- Saraiva, L. A. S.; Santos, L. T.; & Pereira, J. R. (2020). Heteronormatividade, masculinidade e preconceito em aplicativos de celular: o caso do Grindr em uma cidade brasileira. *Brazilian Business Review*, 17, 114-131. DOI: <https://doi.org/10.15728/bbr.2020.17.1.6>
- Saraiva, L. A. S., & Vasconcelos, M. F. F. V. (2022). A economia digitalizada dos corpos em aplicativos de relacionamento gay. *Acta Scientiarum. Human and Social Sciences*, 44(2), e67004.
- Schatzki, T. R. (2006). On organizations as they happen. *Organization Studies*, 27(12), 1863-1873. DOI: <https://doi.org/10.1177/0170840606071942>
- Sibilia, P. (2016). *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto.
- Siegel, L. Z. (2002). *Governing pleasures. Pornography and social change in England, 1815-1914*. New Brunswick, CA: Rutgers University Press.
- Simmel, G. (1987). A metrópole e a vida mental. In G. Velho (Org.). *O fenômeno urbano* (p. 10-24). Rio de Janeiro, RJ: Zahar.
- Srnicek, N. (2016). *Platform capitalism*. Cambridge, UK: Polity press.
- Strub, W. (2019). Sanitizing the seventies: pornography, home video, and the editing of sexual memory. *Feminist Media Histories*, 5(2), 19-48. DOI: <https://doi.org/10.1525/fmh.2019.5.2.19>

- Turkle, S. (2011). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York, NY: Basic Books.
- Vaara, E., & Whittington, R. (2012). Strategy-as-practice: taking social practices seriously. *The Academy of Management Annals*, 6, 285-336. DOI: <https://doi.org/10.5465/19416520.2012.672039>
- Weitzer, R. (2009). *Sex for sale: prostitution, pornography, and the sex industry*. London, UK: Routledge.
- Whittington, R. (1996). Strategy as practice. *Long Range Planning*, 29(5), 731-735.  
DOI: [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(96\)00068-4](https://doi.org/10.1016/0024-6301(96)00068-4)