

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

Juliana do Prado

**DOS CONSULTÓRIOS SENTIMENTAIS À REDE:
apoio emocional pelas mídias digitais**

**SÃO CARLOS
2015**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**DOS CONSULTÓRIOS SENTIMENTAIS À REDE:
apoio emocional pelas mídias digitais**

Juliana do Prado

**Tese apresentada para obtenção do título de doutora
em Sociologia ao Programa de Pós-Graduação em
Sociologia do Centro de Educação e Ciências
Humanas da Universidade Federal de São Carlos
Orientador: Prof. Dr. Richard Miskolci.**

**SÃO CARLOS
2015**

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária/UFSCar**

P896cs Prado, Juliana do.
Dos consultórios sentimentais à rede : apoio emocional
pelas mídias digitais / Juliana do Prado. -- São Carlos :
UFSCar, 2015.
269 f.

Tese (Doutorado) -- Universidade Federal de São Carlos,
2015.

1. Sociologia da cultura. 2. Sociologia das emoções. 3.
Mídia digital. 4. Moralidade. 5. Processo de subjetivação. 6.
Segmentação. I. Título.

CDD: 306.42 (20^a)



Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Sociologia
Rodovia Washington Luís, Km 235 – Cx. Postal 676
13565-905 São Carlos-SP - Fone/Fax: (16) 3351.8673
www.ppgs.ufscar.br - Endereço eletrônico: ppgs@ufscar.br

JULIANA DO PRADO

Tese em Sociologia apresentada à Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutora em Sociologia.

Aprovada em 11 de março de 2015.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Richard Miskolci Escudeiro
Orientador(a) e Presidente
Programa de Pós-Graduação em Sociologia/UFSCar

Profª Dra. Iara Aparecida Beleli
Universidade Estadual de Campinas

Profª Dra. Larissa Maués Pelúcio Silva
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

Prof. Dr. Jorge Leite Júnior
Universidade Federal de São Carlos

Profª Dra. Maria Inês Rauter Mancuso
Universidade Federal de São Carlos

Para uso da CPG

Homologado na 54.ª Reunião da CPG-
Sociologia, realizada em 01/04/15

Profª Dra. Jacqueline Sinhoretto
Coordenadora do PPGS

*À Marina Biato Ravo (in Memoriam), que “teimou e enfrentou
O mundo
Se rodopiando ao som
Dos bandolins”.*

À minha mãe e meu pai.

Agradecimentos

A elaboração desta tese seria inviável se não fosse por uma série de suportes institucional, intelectual e de apoio emocional que obtive nesses quatro anos de pesquisa. Em primeiro lugar, agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Richard Miskolci pelas orientações, inspirações intelectuais e prontidão em atender as questões que foram fundamentais a essa pesquisa. Ao Programa de Pós Graduação em Sociologia da UFSCar, professores e funcionários e CAPES pelo suporte financeiro institucional.

À banca de qualificação e defesa, professoras Iara Beleli, Larissa Pelúcio e Maria Inês Rauter Mancuso, e aos professores Gabriel Feltran e Jorge Leite Júnior pelas arguições e dicas necessárias para o aprofundamento da pesquisa. Às interlocutoras, interlocutores, membros do NPPI e psicólogos/as que acessam e/ou coordenam as plataformas estudadas, com os quais mantive contato na maior parte de realização do doutorado nesses quatro anos, cujos diálogos enriqueceram as análises.

Aos colegas e membros do Núcleo de Pesquisa em Diferenças, gênero e sexualidade Quereres, que colaboraram intensamente com as discussões em torno de temas que fazem parte dessa pesquisa, e pela amizade construída que promete ser estendida ainda por muito tempo. Obrigada ao Fernando, Felipe, Keith, Rodrigo e João. Especialmente à Lara que me acompanha desde os primórdios do doutorado, em discussões online e presenciais, compartilhando as ciladas da vida acadêmica, emocional, hospedagem em congressos e das temáticas de pesquisa muito próximas.

Aos colegas de pós-graduação que fazem parte de minha vida desde o mestrado: Géssica, Rose e Bia, pela convivência e conversas inspiradoras sobre a vida, nossas pesquisas e por, principalmente, terem me apoiado em qualquer fase difícil nesse período. À Géssica, que, além disso, me auxiliou nas reflexões sobre trabalho, que nortearam essa pesquisa. Ao Rogério, Guilherme, Thaís, Karina, Carol, Audria, Rossana e Luiz Henrique (Pé) por fazerem parte de momentos agradáveis de partilha de vulnerabilidades em comum, mas que pelo apoio mútuo tornam o doutorado mais concreto e repleto de valores coletivos.

À minha família por entender minhas escolhas, me apoiarem e fornecerem suportes emocionais e materiais para a condução dessa pesquisa. Sobretudo, por compreenderem, ao longo desse período de escrita da tese, minhas ansiedades e limitações e ainda assim não deixarem de oferecer, com carinho, a paciência para lidar com as inseguranças e instabilidades. À minha mãe, minha grande inspiração de vida, por me ensinar a resiliência,

companheirismo de horas aflitas. Ao meu pai, por sempre apostar em mim com sua admiração e atitudes tão caras à minha vida. Às minhas irmãs Carla e Marta, por me fornecerem referências de lealdade, perspicácia e apoio incondicional. Ao meu irmão Ronaldo por ser uma referência de caráter, trabalho e dedicação às relações. Aos meus cunhados Chico e Guilherme e à minha cunhada Juliana por todo esforço em me oferecer ajuda sempre que necessário. Aos meus sobrinhos queridos/as Vítor e Neto e às sobrinhas Laura, Clara, Helena e a pequena Ana Luísa que me permitem idealizar caminhos mais humanos nesse mundo. À minha madrinha Cidinha pelos diálogos incansáveis que permitem encontros entre gerações.

À Marina Biato Ravo (*in memoriam*) e Antônio Ravo (*in memoriam*), duas pessoas de extrema importância na minha trajetória pessoal que me motivaram a seguir adiante com meus objetivos. Mesmo diante dessa perda irreparável no período de realização do meu doutorado, ambos estão em minha memória enquanto figuras importantes de definição de objetivos e conduta de vida.

Ao Elias, meu companheiro durante a pós-graduação, quem me apoiou com paciência e me forneceu suporte subjetivo e cotidiano à experiência do doutorado. Obrigada a toda sua família, pai, mãe, irmã, cunhado, Melissa e Ana Clara, suas sobrinhas, que ofereceram todo o apoio que lhes eram alcançáveis para minha moradia e vivência em São Carlos.

Não poderia deixar de mencionar todas as pessoas que fizeram parte de momentos de mudanças em minha vida e que acompanharam, mesmo de longe, através das mídias digitais, o andamento desse doutorado. Refiro-me às minhas amigas de infância e graduação, às quais ainda nutro relações de afeto e cumplicidade: Cristiane, Vania, Raquel, Juliana, Maira, Marina Balan, Marina Borsato, Ana Luiza, Clariana, Noemi e Laicy.

Por fim, mas obviamente não menos importante, às pessoas que compartilham comigo momentos de descontração e reflexão em minha cidade natal: Marcos, Fátima, Vanuza, Lê, Fábio, Gabriela, Carolina e Nádia.

RESUMO

A proposta dessa pesquisa é analisar os usos das mídias digitais como apoio emocional, conceituado como relação social na qual os sujeitos buscam por auxílio para lidar com demandas emocionais. Estas são referentes inicialmente às relações afetivo-sexuais que desembocam em processos de subjetivação que lidam com as esferas do gênero, classe social, sexualidade, raça, geração, ocupação profissional, entre outros eixos possíveis de análise. O objetivo é discutir quais configurações as mídias digitais têm assumido no que tange à busca por apoio emocional, articulados a moralidades de seus usos e de processos de subjetivação. Para tanto, o campo empírico foi construído a partir de três universos de pesquisa: no primeiro analiso discursos de sites que apresentam aconselhamento afetivo através da modalidade que denomino como consultório sentimental digital; no segundo analiso o uso profissional das novas tecnologias por psicólogos que oferecem atendimento terapêutico pela internet, definindo a orientação psicológica e no terceiro em que analiso os usos de comunidades online, denominadas de redes. Exploro sentidos e moralidades em torno dos usos das mídias digitais a partir de discursos e práticas tanto dos sujeitos que recorrem a essas mídias com estes objetivos, quanto dos profissionais que tem aderido ao recurso das mídias digitais para promoverem orientação psicológica. Ao longo do trabalho são apresentadas discussões dos três universos que constituem esta pesquisa, com o objetivo de levantar alguns aspectos que permitem confrontar as diferentes modalidades de busca por apoio emocional pelas mídias digitais em seus discursos, usos e interesses por manter-se na disputa pela especialidade nessa área. A hipótese é de que tem se configurado um mercado de apoio emocional segmentado através das mídias digitais. Todavia, de maneira distinta às outras mídias, a segmentação ocorre concomitantemente aos usos que os sujeitos delas fazem, permitindo agências e fluxos entre as plataformas e que podem desembocar em outras modalidades de apoio. A proposta é, nesse aspecto, abordar os elementos que constituem o apoio emocional em cada universo de pesquisa com o intuito de verificar pela abordagem de cada um continuidades e rupturas entre o que conceituam como apoio, sobretudo apontando para moralidades e formas de subjetivação específicas.

Palavras-chave: Apoio emocional; Mídias digitais; Moralidades; Processos de subjetivação; Segmentação.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the uses of digital media such as emotional support, conceptualized as a social relation in which people are looking for help to deal with emotional demands. These are referred initially to love relationships which lead to subjective processes that deal with gender, social class, sexuality, race, age, occupation, among other possible axes of analysis. The goal is to discuss what digital media settings have assumed about the search for emotional support, articulated the morals of their uses and subjective processes. Thus, the empirical field was constructed from three research fronts: the first analyzes speeches of sites that present emotional counseling through the mode I call as digital sentimental office; the second analyzes the professional use of new technologies by psychologists that provide therapeutic care over the Internet, setting the counseling and the third in which I analyze the online community uses, called networks. I intend to explore meanings and morals around digital media uses from discourses and practices of both people who use these media with these objectives, as the professionals who have joined the appeal of digital media to promote counseling. Throughout the work are presented discussions of these three fronts that constitute this research, in order to point some aspects that allow confronting the different search modes for emotional support by digital media in their speeches, uses and interests remain in the dispute for expertise in this area. The hypothesis is that has set up an emotional support market through digital media. However, differently to other media, the segmentation occurs concomitantly to the uses of people, allowing agencies and flows between platforms which can culminate into other forms of support. The proposal is addressing the elements of emotional support in each front in order to verify continuities and ruptures between what is conceptualized as support, especially pointing to morals and specific forms of subjectivity.

Keywords: Emotional support; Digital media; Moralities; Subjective processes; Segmentation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Frentes da <i>Cabana</i> representadas em formato de dojo.....	172
Figura 2 – Meu perfil pessoal n’<i>O LUGAR</i>.....	225

SUMÁRIO

Introdução	11
A descoberta do campo de pesquisa.....	11
Mídias digitais e transformações sociais:	
elementos históricos e teóricos.....	23
Processos de subjetivação e	
apoio emocional na era das mídias digitais.....	35
Reflexões metodológicas:	
inserção e fluxos no campo de pesquisa.....	41
Estrutura da tese.....	50
1 Por uma perspectiva genealógica das emoções na definição do apoio	
emocional.....	52
Apoio emocional pelas mídias: dos consultórios sentimentais às redes de	
sociabilidade.....	63
2 Para entender o <i>Cérebro Masculino</i>: conselhos para “mulheres em	
juízo”	76
Da conquista ao namoro: a centralidade masculina.....	82
Peso emocional e subalternidade: moralidades em favor da família e do casal	
heterossexual.....	99
3 Terapia sexual: essencialismos e heteronormatividades nos conselhos de A	
Capa.....	110
O desejo homossexual como essência.....	111
Armários, visibilidades e a busca pela cura: adequação a moralidades	
heteronormativas.....	119
4 Apoio emocional no entendimento dos profissionais de psicologia:	
ressignificações e moralidades dos usos das mídias digitais.....	138
NPPI: moralidades sobre os usos das mídias digitais no desenvolvimento do apoio	
emocional.....	139

Terapia online e ressignificação do apoio emocional.....158

5 Cabana e redes de sociabilidade masculinas: apoio emocional, camaradagem e segredo.....167

Os fantasmas dos “*Mimadinhos*” e “*nerds*”
e a busca por “*desenvolvimento pessoal*”173

Sentidos de camaradagem:
“*lado a lado, ombro a ombro, nas trincheiras*”.....191

O que a *Cabana* NÃO é: delimitações de gênero e classe social.....200

“*O que é dito na Cabana fica na Cabana*”:
silêncio e segredo na preservação da rede masculina.....206

**6 “O LUGAR como uma praça do interior”:
a inserção de mulheres e reconfiguração das redes de apoio.....215**

A “*logística do amor*” como uma nova utopia romântica.....225

Pó mágico: dinheiro e trabalho como realização subjetiva.....240

Mídias digitais e moralidades de seus usos:
em busca de um lugar para estabelecer relações na cidade.....248

Considerações Finais.....254

Referências.....260

APÊNDICE

TABELA DE DADOS DOS/AS ENTREVISTADOS/AS.....268

Introdução

A descoberta do campo de pesquisa

Conheci a Cabana em 2009, logo no início dela. Naquela época eu estava numa fase de ter diversos relacionamentos, porém nenhum ia pra frente, então comecei a achar que tinha algo errado comigo. Naquela época, no site do Papo de Homem, tinha um tal de Dr. Love que escrevia/respondia perguntas com alguns textos ácidos e alguns um tanto coerentes. Certa vez ele comentou que fazia parte da Cabana, o qual me despertou interesse em saber o que era. Resolvi entrar, para ver qual é. De certa forma eu esperava que fosse algo de sedução ou coisa do tipo PUA (Pick Up Artist). Mas então me surpreendi com o foco totalmente voltado para crescimento e desenvolvimento pessoal. Isso, de certa forma, me fez mudar, me fez olhar para um lado, no qual eu nem imaginava olhar. Foi como abrir um puta horizonte na minha cara (Douglas, empresário, 29 anos, mora em Campinas – usuário da Cabana).

E vi conheceu o grupo como?

Júlia: pelo site, sabe aquele dia que vc busca tooda informação do mundo pra ver se entende uma pessoa? rs na hora do "desespero" vi o site, e vi que tinha um grupo, achei interessante, e podiam ter pessoas procurando as mesmas respostas que eu. (Júlia, 23 anos, estudante universitária, mora em Goiânia – leitora do site Cérebro Masculino).

Enquanto alguns terapeutas colocam barreiras para o atendimento online, a gente perde espaço para os terapeutas alternativos que estão aí na web. (psicóloga que oferece atendimento terapêutico pela internet) ¹.

Depoimentos como os transcritos acima são comuns no meu campo de pesquisa, revelando como as mídias digitais têm se transformado em um canal de compartilhar sentimentos, emoções e estabelecer redes de sociabilidade e de ajuda mútua, conforme verificado por Lara Facioli (2013) em sua pesquisa sobre o uso das mídias digitais por mulheres das classes populares. O primeiro deles trata-se de um trecho de entrevista com um usuário da comunidade masculina online *Cabana*; o segundo é trecho de uma entrevista com leitora do site *Cérebro Masculino*, destinado a responder dúvidas de leitoras sobre relacionamentos afetivo-sexuais; e por fim, o terceiro trecho se trata de entrevista realizada com uma psicóloga que realiza atendimentos através das mídias digitais. Cada um com sua particularidade de público representam um modo específico de uso das mídias digitais com

¹ Para preservar o anonimato de minhas interlocutoras e interlocutores, os nomes verdadeiros foram trocados.

finalidades de obter apoio emocional, balizando esse cenário entre saberes profissionais das áreas psi e leigos/as que através de blogs, fóruns e comunidades online que podem fornecer aconselhamento emocional.

Inspirada pelo trabalho de Maria Celeste Mira (2001) sobre a segmentação da cultura a partir dos mercados editoriais das revistas, meu propósito inicial em busca do tema de pesquisa, era investigar se a internet também estava segmentada e a partir disso, dar atenção especial à segmentação de gênero. O que haveria de novo para reflexão em sites “masculinos” e “femininos”? Haveria algo intrínseco na internet que modificasse a dinâmica segmentada por gênero já presente em revistas masculinas e femininas? Dentre os diversos sites que pesquisei utilizando como termo chave blogs ou sites masculinos e femininos, verifiquei a ocorrência de algumas características em comum. Além dos sites de conteúdo segmentado como o da Editora Abril estudados por Mira que contem dois portais voltados para o público feminino e masculino, respectivamente o MdeMulher² e o ClubAlfa³, na internet é possível perceber esse tipo de site não produzido por essas editoras, como os blogs, não necessariamente escritos por jornalistas. A pesquisa por esses termos revelou uma infinidade de sites direcionados para homens e mulheres, presumidamente heterossexuais, nos quais a discussão sobre relações afetivo-sexuais era latente e contava com aspectos que demonstravam o quanto a internet havia se configurado enquanto instância na qual a sexualidade era confessada de modo mais efetivo que em outras mídias, e com isso esperava-se discursos de auxílio e intervenção.

Nesse cenário, os sites e blogs são utilizados como aconselhamento emocional, se assemelhando aos consultórios sentimentais presentes em outras mídias, mas revelam assumir contornos diferenciados com sua inserção nas mídias digitais. Entre tais contornos, destaca-se o modo como o aconselhamento se constitui como relação de apoio emocional, baseado em uma busca que se dá de modo individualizado e em alguns casos permeada pelo anonimato, o que não deixa de apresentar o caráter de formação de redes de sociabilidades coletivas. As redes que podem se formar se situam no âmbito em que a partir delas pode-se criar contatos segmentados através de interesses e motivações em comum que atravessam a busca por apoio emocional, como ficará evidente pelas comunidades online que tratarei nessa tese. Percebi então que a problemática da segmentação parecia se transferir para as mídias digitais e, sobretudo se juntava a um aspecto que elas têm alcançado se referindo à ampliação de usos enquanto apoio emocional e seus impactos subjetivos e sociais nas sociedades

² Disponível em <<http://mdemulher.abril.com.br/>>. Acesso em 22/dez./2014.

³ Disponível em <<https://www.pinterest.com/clubalfa/>> . Acesso em 22/dez./2014.

contemporâneas. Contudo, essa transferência não se coloca no sentido unilateral tal como nas mídias impressas, em que a segmentação parte mais do mercado do que dos sujeitos que as usam. Nas mídias digitais, especialmente nas modalidades de apoio que abordarei nessa tese, essa segmentação se dá de modo mais articulado entre os sujeitos que apresentam mais agência na procura por apoio emocional e com isso constroem sentidos, moralidades e redes segmentadas.

O fenômeno da busca de apoio emocional através da mídia remonta às colunas de consultas consolidadas em jornais, revistas, programas de televisão e rádio. Nessas colunas, o público busca, na sua maioria, receber orientação psicológica e sobre relacionamentos afetivo-sexuais (VIVARTA, 2002). No Brasil, teve destaque a coluna de Nelson Rodrigues, que respondia às cartas de leitoras sob o pseudônimo de Myrna, no jornal carioca *Diário da Noite* de 1949 (SANTOS; NÓBREGA, 2011). Na revista brasileira *Claudia*, Carmen da Silva foi figura importante nas seções de aconselhamento afetivo. As revistas exploravam a potencialidade do consultório sentimental, seja de um modo mais amador, como em *Confidences*, *Nous Deux*, na França, *Grande Hotel*, no Brasil, ou desenvolvendo orientações de cunho mais psicologizado, como *Marie-Claire* e *Elle*. Embora assuntos e linguagem sejam diferentes de acordo com o público, o tema se relacionava às esferas íntimas da sexualidade e relações afetivas, que adquiriram especialmente a partir da chamada Revolução Sexual do final dos anos 1960 mais centralidade, ao menos nas classes médias, em relação ao passado, período em que o trabalho e a família eram preponderantes e, ainda os conselhos eram mais procurados no sentido de formação de família e tratados por esta perspectiva, mais do que pelo ponto de vista sexual e afetivo propriamente dito.

Deslocando-se da mídia impressa, percebe-se que o apoio emocional também está presente na televisão, em modalidades ainda massivas através de programas de *talk shows*, nos quais as questões emocionais e íntimas são acompanhadas pela participação e discussão do público, contando também com o apoio de especialistas⁴ para analisar cada caso, a exemplo de programas como “Casos de Família” do SBT (início em 2004 – presente), “Márcia” da Bandeirantes (exibido entre 1997 e 1998), entre outros.

Apesar de haver diferenças em cada tipo de mídia no que tange aos conselhos veiculados, percebe-se que há a forte presença de profissionais mediando conflitos e auxiliando o público em seus problemas afetivos, íntimos e emocionais. O período em que os

⁴ Segundo Volpe (2010), cada versão desses programas mobiliza profissionais diferentes – ora participam advogados que orientam e buscam resolver os conflitos, de maneira semelhante a um “juizado de pequenas causas”, ora participam psicólogos que tentam explicar os dilemas e os desentendimentos trazidos e dão conselhos e sugestões de como resolvê-los.

conselhos começaram a ser promovidos por psicólogos, por exemplo, é caracterizado pela introdução da psicanálise no Brasil e se dava através de colunas em jornais e revistas e programas de rádio nos anos 1930, até que se aprofundou com a regulamentação da profissão no Brasil (1962), e disseminada pelo “boom da psicanálise” e das técnicas terapêuticas, o que pode ser revelador do ponto de vista da mediação dos especialistas nos conselhos afetivos, sobretudo recebidos através da mídia (BORGES, 1998). Entretanto, segundo Russo (2002), a “epidemia” da psicanálise atingiu apenas as camadas médias letradas dos grandes centros urbanos, adentrando em países da América Latina exatamente no momento em que vivíamos as ditaduras militares. Especificamente no Brasil, isso se deu a partir dos anos 1970. Assim,

Assistiu-se a uma verdadeira corrida ao divã. As análises em grupo proliferaram, para atender à crescente demanda daqueles que não podiam pagar as caras sessões individuais. Nas rodas intelectuais da Zona Sul carioca cada um tinha o ‘seu’ analista. Os psicanalistas começaram a frequentar a mídia, a Tv, e, como personagens de novelas. As pessoas se interessavam por psicanálise, consumiam psicanálise, falavam de psicanálise e começavam a pensar sobre si mesmas a partir da psicanálise. (RUSSO, 2002. p. 39).

Por volta de meados dos anos 1970 e 1980 uma série de culturas alternativas, influenciadas pela contracultura começaram a influenciar a cultura psicanalítica, reunindo diversas práticas de cunho terapêutico e espiritual ligadas a diversos tipos de orientalismos, ocultismos, esoterismos e experiências corporais. Esses arranjos podem ser concebidos como pós-psicológicos, na medida em que seguem estabelecendo uma visão de mundo psicologizada, baseada em uma estrutura subjetivista, interiorizada, principalmente centradas no ego que tem, inclusive, se constituído como um mercado terapêutico (RUSSO, 2008, 2002).

Analisando o discurso dos profissionais da área psi presentes na mídia, Volpe (2006) os denomina de “especialistas da subjetividade”, cujo discurso se caracteriza pela diluição do saber científico e especializado em uma linguagem acessível ao público leigo. Esta concepção abarca uma série de profissionais que, embora sejam de áreas distintas (psicologia, medicina, psiquiatria, educação) atuam de forma semelhante. Suas falas circulam em diferentes mídias, no mercado de palestras e assessorias, sem que seja veiculado a partir de uma instituição específica, tampouco sem ser representante desta. A inserção desses profissionais na mídia pode ser interpretada como uma tentativa de obterem visibilidade na sociedade brasileira através de uma adequação do serviço de terapia para o aconselhamento massivo.

Para além de um mercado terapêutico baseado nos saberes psi que caracteriza o apoio emocional, é perceptível no Brasil uma espécie de hibridismo entre as práticas de cunho psicológico e a religião, em especial as religiões protestantes que têm adquirido mais visibilidade na mídia, constituindo mercados segmentados, inclusive pelas mídias digitais, as quais apresentam também apoios baseados no sincretismo religioso e misticismo⁵. No que tange ao apoio presente na televisão, por exemplo, podemos citar programas como o “*Fala que eu te escuto*”⁶ e “*The love school: a escola do amor*”⁷ que com uma abordagem religiosa dos relacionamentos tem deslocado a mediação do especialista comum a esses tipos de programas para figuras de referência religiosas.

A busca por apoio através da mídia, quando desemboca nas mídias digitais ganha contornos diferentes, desenvolvendo outras modalidades não apenas centradas na relação especialista e ouvinte ou leitor/a. A pesquisa de Lara Facioli (2013) sobre práticas de autoajuda nas mídias digitais é reveladora nesse ponto, pois indica deslocamentos quanto à forma tradicional de obter ajuda por via de mão única caracterizada por outras mídias, observando que

A popularização do acesso às mídias digitais permitiu a consolidação de uma forma interativa de requisitar ajuda ou, simplesmente, de falar sobre a vida, para aquelas e aqueles que não têm a sua disposição uma situação financeira que permita recorrer, por exemplo, aos profissionais da terapia (FACIOLI, 2013, p. 31).

Ferramentas como o site de busca Google ou o Yahoo Respostas são exemplos de como as mídias digitais têm se transformado em canal de procura por respostas que não necessariamente abrangem a mediação de especialistas. De modo que é comum perceber na mídia o uso de expressões como Dr. Google para se referir a um processo no qual a busca por respostas e orientações referente às esferas da intimidade que envolvem, sobretudo, questões de saúde, passam pela tecnologia.

Nesse âmbito, algumas pesquisas recentes têm observado o caráter das mídias digitais enquanto forma de acesso ao conhecimento. É o caso da pesquisa de Maria Elisa Máximo

⁵ Atualmente o mercado para público religioso, particularmente, de religiões protestantes, se apresenta segmentado nas mídias digitais. Como exemplo, é possível notar os sites de busca de relacionamentos amorosos: <http://www.amoremcristo.com/>; loja virtual de produtos eróticos: <http://www.paraevangelicos.com/>; lojas de roupas, etc.

⁶ Fala que Eu Te Escuto é um programa de televisão brasileiro exibido pela Rede Record. O programa é apresentado ao vivo, no início da madrugada, em que há debates entre bispos e pastores da Igreja Universal do Reino de Deus e ocorre também a participação do público que solicita por conselhos por telefone.

⁷ The Love school: a escola do amor é um programa exibido pela Rede Record que tem como foco discussão de temas sobre relacionamentos amorosos. Apresentado por um casal que também faz parte da Igreja Universal do Reino de Deus, o programa auxilia casais na resolução de conflitos de relacionamentos.

(2014), que analisa formas de acesso e apropriações de conteúdo relacionado à saúde pelas mídias digitais como procura por respostas para problemas, construção de autodiagnóstico e para pesquisa de possíveis tratamentos. O cenário que se apresenta, de acordo com Máximo, se coloca em dois âmbitos: se por um lado questiona-se sobre a validade e confiabilidade das informações e conteúdos disponíveis, implicando em equívocos no autodiagnóstico e automedicação, por outro se ampliam as possibilidades de que o acesso ao conhecimento de saúde possa, ao menos potencializar a participação de pacientes nas tomadas de decisões relacionadas à saúde. Em sua análise, se trata mais da constituição de redes nas quais a informação é buscada do que propriamente na ação de um sujeito unicamente, o que revela, em sua análise, como os usos são menos individualizados:

O “paciente informado” parece ser menos o sujeito, isoladamente, e mais a própria rede. Ou seja, descrever o “paciente-informado” é, antes de tudo, embrenhar-se no esforço de rastrear e descrever associações entre múltiplos atores: profissionais, serviços de saúde, pacientes, dispositivos tecnológicos, conteúdos, sites, veículos de comunicação, organizações, formas de acesso à internet, dentre outros. (MÁXIMO, 2014, p. 15).

Por conseguinte, essa possível capacidade das mídias digitais de ampliar o acesso do público leigo ao conhecimento científico deve ser problematizada, levando em conta que o saber institucional também se apropria das tecnologias e estabelece assim novas relações de poder sobre o controle do conhecimento. Além disso, as mídias digitais têm se tornado um canal de divulgação o qual muitos profissionais das áreas médicas e psi têm aderido⁸.

Na esteira dessa discussão, é possível citar a pesquisa de Maria Cecília Diaz-Isenrath (2008) sobre implicações da informacionalização dos saberes, que teve como uma de suas frentes a análise de uma ferramenta de busca na web – especificamente o Google. Sua pesquisa demonstra como, sob um novo tipo de racionalidade política e econômica, os chamados sistemas de informação “transformam as práticas de conhecimento e a produção de valor” (DIAZ- ISENATH, 2008, p. 9). A autora analisa a relação entre os meios informacionais e suas técnicas de auditoria e controle para verificar como o conhecimento científico é incorporado a um tipo de gestão de negócios. Assim, seu objetivo de tratar essas questões com uma perspectiva micropolítica, através do surgimento do Google indica os processos pelos quais o projeto de um site, cujo objetivo inicial era ser uma ferramenta de busca restrita à área acadêmica, acabou sendo registrado com objetivos empresariais. Nesse

⁸ Abordarei a apropriação das mídias digitais por profissionais que lidam com âmbitos emocionais das/os sujeitas/os em capítulo específico.

sentido, seu argumento é de que o conhecimento científico foi apropriado pela lógica da empresa, configurando um capitalismo informacional, no qual as associações de pesquisas feitas com o uso do Google, por exemplo, não estão livres de um micro-gerenciamento do conhecimento realizado por empresas que anunciam no site. Em síntese:

As associações de forças que temos analisado, aqui, dificilmente poderiam ser qualificadas de “livres”. O projeto-protótipo, o algoritmo-patente, a poesia-anúncio e outros documentos que mobilizamos neste texto, “dizem” respeito a formas específicas de demarcar o antes e o depois, o dentro e o fora, o acadêmico e o comercial, o público e o privado. As pesquisas (e seus meios), nesse *gathering place* povoado de híbridos, têm a ver não tanto com uma organização disciplinar dos saberes e com a regulação dos discursos a partir do princípio de autoria, mas, sobretudo, com instrumentos que operam no nível micro do uso e circulação dos signos. Como vimos, esses procedimentos de dispersão e agrupamento de signos (dados e links “relevantes”, palavras e marcas “valorizadas”) são inseparáveis da dinâmica concorrencial do mercado. Nesse plano in-formacional, certas formas de cálculo e valorização são re-produzidas, inscritas como regras no desenho dos softwares, embutidas como mecanismos que condicionam ações possíveis, traduzidas por meio de estratégias para compilar o código-fonte. Trata-se, podemos pensar, de operações de tipo axiomático, pelas quais são cristalizadas e transformadas em estoques conversíveis e fluxos rentáveis relações que em outras “redes” seriam, não somente diferentes, mas incomensuráveis. (DIAZ- ISENATH, 2008, p. 64).

A análise da autora, contudo, se circunscreve apenas as limitações do mercado na definição dos usos e direcionamento dos sujeitos nas plataformas, desconsiderando possibilidades de agências destes últimos. O cenário analisado nessa tese revela, por outro lado, como os sujeitos se movem pelas plataformas⁹, constituindo redes de apoio emocional que configuram mercados segmentados, porém não unilateralmente. Os mercados se segmentam, sobretudo, pelos usos que os sujeitos fazem das mídias digitais, antes de ser uma lógica comercial advinda exclusivamente de estratégias dos sites.

O percurso apresentado em torno da definição do objeto de pesquisa se deu, portanto, a partir da busca por aconselhamento referente às relações afetivo-sexuais e seus desdobramentos com a penetração das mídias digitais na sociedade brasileira. Contudo, ao longo da pesquisa foi identificado que essa problemática possibilita identificar processos de subjetivação que tendo como eixo as questões afetivas, profissionais e financeiras em algumas modalidades apresentadas de forma mais evidente, permite analisar um cenário coletivo mais

⁹ Adoto o termo plataforma para me referir tanto a sites, blogs, quanto comunidades online que permitem alguma forma de interação entre usuários/as.

complexo, apontando para questões de gênero, sexualidade, classe social, geração e raça que perpassam os usos das mídias digitais. E, ainda assim, é possível analisar como os sujeitos são constituídos também nas relações dinâmicas de procura por apoio emocional. Este último, colocado de modo unilateral pelas outras mídias, se reconfigura pelas mídias digitais, uma vez que a partir delas é possível obter acesso individualizado, anônimo e interativo. Ainda, ampliam-se chances de constituição de redes de sociabilidade e apoio, se constituem outros tipos de conselheiros e conselheiras, de modo a estremecer as posições dos especialistas enquanto fornecedores de apoio ao ponto de facultar a reconfiguração das práticas de terapia.

Desse modo, dentre as modalidades que constatei inicialmente estão sites que, semelhante aos consultórios sentimentais presentes nas mídias impressas ou aos programas de rádio e televisão, respondem às solicitações enviadas por e-mail; comunidades online que reúnem sujeitos em torno da troca de experiências e solicitação de orientações; além do uso das mídias digitais por profissionais de psicologia que podem realizar atendimentos psicológicos através da internet.

Assim, o objetivo principal dessa tese é discutir quais configurações as mídias digitais têm assumido no que tange à busca por apoio emocional a partir das seguintes problemáticas: diante das transformações subjetivas suscitadas pela internet, como se estabelecem relações de partilha de emoções com finalidade de obtenção de apoio? Quem está autorizado a aconselhar e quais relações de poder estão inseridas aí? Quais motivações tem levado os sujeitos a buscarem por apoio emocional pelas mídias digitais e à quais categorias se interseccionam? Quais moralidades quanto às emoções têm sido suscitadas por cada modalidade de apoio emocional? Ainda, quais moralidades dos próprios usos das mídias digitais como apoio emocional têm se estabelecido e à quais eixos de diferenciação elas se circunscrevem?

Nesse sentido, me inspiro na construção metodológica do campo de pesquisa do doutorado de Carolina Branco de Castro Ferreira (2012) que busca investigar a produção de moralidades afetivo-sexuais no Brasil contemporâneo através de discursos sobre as relações afetivo-sexuais a partir da triangulação de três campos: grupos de ajuda-mútua ligados às ideias de compulsão sexual e amorosa; materiais de autoajuda e conteúdos produtores de moralidades afetivo-sexuais veiculados por diversas mídias e noções patologizadoras elaboradas por pesquisas e discursos de profissionais da área de medicina. De modo geral, sua pesquisa demonstrou como há uma circulação de discursos sobre as relações afetivo-sexuais nesses três campos e buscou contrastá-los enquanto representantes de esferas sociais distintas.

Dialogando com tal referencial, a proposta desta pesquisa é analisar as configurações que o apoio emocional assume com as mídias digitais a partir de seus usos e processos de subjetivação evocados. Para tanto, exploro sentidos e moralidades em torno dos usos das mídias digitais a partir de discursos e práticas tanto dos sujeitos que recorrem a essas mídias como meio de obterem apoio, quanto dos profissionais dos saberes psi que tem aderido ao recurso das mídias digitais para promoverem orientação psicológica. Compreendo moralidades a partir da conceituação de Foucault (2003, p. 26) sobre “código moral” e “moralidade dos comportamentos”. O “código moral”, por sua vez, possibilita o entendimento dos discursos incitados pelos universos empíricos de pesquisa, na medida em que pode ser abarcado dentro do escopo de “um conjunto de valores e regras de ação propostas aos indivíduos e aos grupos por intermédio de aparelhos prescritivos diversos, como podem ser a família, as instituições, as igrejas, etc.” (Id.). A “moralidade dos comportamentos” amplia a análise, pois pode ser entendida como “o comportamento real dos indivíduos em relação às regras e valores que lhes são propostos” e como eles se submetem ou não a um princípio de conduta; como obedecem ou resistem às interdições e prescrições; como acatam ou desprezam os valores (Id.Ibidem).

As moralidades são entendidas aqui no sentido de discursos e práticas tanto sobre as emoções que motivam a busca e realização do apoio, quanto sobre os próprios usos que são feitos das mídias digitais, estabelecendo diferenciações entre cada tipo de modalidade analisada. Assim, elas acabam entrando na disputa pelo poder sobre a normalização a respeito dos usos das mídias digitais. Ao longo da constituição do objeto de pesquisa, o campo empírico se configurou a partir de três universos que são abordados nessa tese, com o propósito de discutir os possíveis circuitos e segmentações que articulam os usos do apoio emocional através das mídias digitais.

Como já mencionado anteriormente, meus propósitos iniciais se centravam em pesquisar como se apresentava ou não um mercado segmentado de sites na internet tal como nas revistas, tendo como eixo o gênero. A partir da constatação do quanto pela internet era possível estabelecer interatividade na busca por aconselhamento, meus interesses se direcionaram para compreender o apoio emocional nessas instâncias, no intuito de verificar se as relações mais interativas seriam capazes de construir discursos diferentes sobre as relações afetivo-sexuais que os já encontrados em outras mídias. Desse modo, nas minhas buscas iniciais no Google sobre os termos blogs masculinos e blogs femininos, procurei especificamente por páginas que apresentassem a oportunidade de obter aconselhamento

afetivo-sexual por e-mail. Entre a infinidade de páginas que encontrei, salientou-se blogs voltados ao público masculino como o *Papo de Homem*, com a coluna *Dr. Love* (que já tinha encerrado suas atividades), e algumas páginas escritas por homens que ofereciam conselhos para mulheres¹⁰.

Diante disso, o primeiro universo de pesquisa se constituiu por blogs e sites que derivam da versão mais primitiva de consultórios sentimentais desenvolvidos principalmente na mídia impressa, definindo a modalidade que denomino como consultório sentimental digital, selecionados por critérios como audiência e duração. O objetivo é discutir as mudanças com a expansão da internet quanto à constituição de outros especialistas que não necessariamente sejam profissionais no apoio emocional ou jornalistas que escrevem tais colunas na mídia impressa. Por este motivo, optei por selecionar blogs e sites que não sejam de autoria de editoras e portais de notícias já consolidados em outras mídias e que se caracterizam por responderem dúvidas e dilemas afetivo-sexuais de leitores/as enviados por e-mail. Compõe esse universo de pesquisa o blog *Cérebro Masculino*, que demonstrou ser a página mais alicerçada de consultório sentimental digital direcionada para o público feminino, emergido em 2009, cujo objetivo é ajudar mulheres que possuem problemas de relacionamento a partir de conselhos escritos por homens. No intuito de estender meu recorte para além de públicos presumidamente heterossexuais, verifiquei a existência de modalidades de apoio emocional que se dirigissem para públicos homossexuais e constatei a coluna “*Psicólogo Pedrosa responde*” do site *A Capa*, que também compõe esse mesmo universo de pesquisa. O primeiro blog apresentou público composto por mulheres do norte, nordeste e centro-oeste, de classes populares, com idades entre 14 a 33 anos e grau de escolaridade médio e superior incompleto ou completo realizado em universidades particulares. Já *A Capa*, de acordo com observação dos relatos narrados, demonstra apresentar um público de classes populares, com idades entre 17 a 60 anos, com grau de escolaridade similar ao das leitoras do *Cérebro Masculino*. Os dados referentes aos públicos serão mais explorados em capítulos específicos de análise deste universo de pesquisa.

Na construção do “desenho teórico-metodológico” desta pesquisa – termo que empresto de Ferreira (2012, p. 4) – se tornou necessário entender o local dos profissionais de psicologia nas mídias digitais, tão presentes no apoio emocional de outras mídias. Assim, o segundo universo de pesquisa pretende incorporar na análise o uso profissional das novas

¹⁰ Entre essas páginas, destaco três: Entenda os homens, disponível em <<http://www.entendaoshomens.com.br/>>. Manual do cafajeste (para mulheres), página inexistente desde 2013 e *Cérebro Masculino*, disponível em <<http://cerebromasculino.com/>>.

tecnologias para promover apoio emocional. É constituída por profissionais da área de psicologia que têm utilizado a internet como recurso profissional tanto para promoverem orientações psicológicas quanto “especialistas da subjetividade” que possuem sessões de aconselhamento em seus sites profissionais, que atendem à busca por apoio enviada por e-mails. Por meio de coleta de material e entrevistas realizadas com profissionais liberais e membros do Núcleo de Pesquisas da Psicologia em Informática (NPPI) da PUC de São Paulo¹¹ analiso a posição de profissionais que realizam pesquisa sobre a inserção das mídias digitais como instrumento da psicologia e atendimento, que possui como um dos projetos em andamento o atendimento aos diversos tipos de solicitações enviados por e-mail gratuitamente. Esse universo de pesquisa permite atentar para os discursos profissionais dos saberes “psi” sobre os usos das mídias digitais como apoio emocional, em contraste com as outras partes da pesquisa que não estão diretamente relacionadas à mediação profissional.

O terceiro universo de pesquisa foi elaborado a partir dos desdobramentos percebidos pela pesquisa inicial no que se refere ao apoio emocional dirigido para homens. Conforme já indicado, as primeiras pesquisas sobre blogs masculinos culminaram no *Papo de Homem* e a partir deste verifiquei uma série de desmembramentos que mereciam mais investigações. Esse universo visa, portanto, compreender o uso das mídias digitais como apoio emocional através de análise e inserções etnográficas em comunidades online. É composto por duas comunidades construídas em conjunto com o portal *Papo de Homem: Cabana e O LUGAR*. A primeira delas trata-se de um grupo masculino fechado que promove atividades como interações online e encontros presenciais, cujo objetivo é auxiliar homens a avançarem em determinadas áreas da vida, que incluem relações com o corpo, sexualidade, trabalho e relações afetivas e a comunidade *O LUGAR* incorpora a presença de mulheres no grupo que compunha a *Cabana*, com a finalidade de se constituir como um espaço online de partilha de emoções e proposta de práticas consideradas como “transformação pessoal”, como meditação, *taketina*¹², dança de salão e artes marciais.

¹¹ As atividades do NPPI se iniciaram em meados de 1995 com a proposição do projeto de informatização da Clínica Escola da PUC-SP. A meta original desse projeto era apenas facilitar a comunicação entre a Clínica e a Comunidade Acadêmica. A partir do diálogo com a comunidade, estabelecido por meio desse site pioneiro, outras ampliações foram agregadas à proposta original da equipe, em especial o desenvolvimento e implantação de Serviços Psicológicos Mediados por computadores. Para mais informações, acessar: <<http://www.pucsp.br/nppi/>>

¹² *Taketina* é um método criado nos anos 1970 pelo músico austríaco Reinhard Flatischler para usar o ritmo desenvolvido através da musicalidade como ferramenta para trabalhar habilidades com o corpo e com a mente. Segundo o site: <http://www.taketina.com/taketinais/>, “*TaKeTiNa* é um processo que ativa o potencial humano e musical pelo ritmo. É um caminho no qual o aprendizado musical sempre segue junto com o desenvolvimento pessoal. *TaKeTiNa* introduz o ritmo pelo modo que as pessoas naturalmente aprendem: por

Obtive contato com o portal *Papo de Homem* nas primeiras buscas que fiz sobre sites que tratavam do universo masculino e feminino, me interessando pela existência de colunas de consulta aos usuários divididos entre as temáticas: amor, saúde, cozinha, fitness, dinheiro, etc. denominadas de colunas dos “*doutores Pdh*” (Papo de Homem): um trocadilho cuja intenção é fazer uma crítica ao que os usuários e editores consideram como cultura dos PhDs, que “supervaloriza” o conhecimento acadêmico, mas que também pode representar uma forma legitimada para homens solicitarem por ajuda sem necessariamente se identificar e se colocar diante de um conhecimento científico e especializado, que associam mais direcionado ao público feminino, já que uma das características que concerne ao masculino se trata da aversão a um universo em que estariam submetidos a saberes dos chamados doutores das ciências médicas e biológicas.

Essas seções me motivaram inicialmente a incorporar como campo de pesquisa o portal *Papo de Homem*, pois se tratam de representantes significativos de consultórios sentimentais destinados a homens. A seção Dr. Love, “*consultor amoroso e cachorrão nas horas vagas*”, que me interessou inicialmente, procurava auxiliar homens quanto a problemas de relacionamentos e sexualidade, na qual eram respondidas dúvidas e problemas enviados por e-mail à redação do site. A expansão de e-mails enviados diariamente para a seção motivou a criação da *Cabana Dr. Love*, que aglomerava um grupo de homens interessados em compartilhar sua vida íntima e afetiva através de fóruns online.

Desde Abril de 2013, a comunidade *Cabana* se expandiu incorporando a partir de então a presença de mulheres e adaptando o foco para o que é chamado pelos coordenadores de “*transformação pessoal*”. Sendo assim, a *Cabana*, enquanto grupo masculino não existe mais e foi substituída pela comunidade também apoiada pelo site *Papo de Homem*, embora com autonomia de domínio na internet, chamada *O LUGAR*. Essa comunidade me despertou interesse por ser uma derivação da *Cabana* e por permitir analisar as mudanças de relações de gênero que se colocam com a participação das mulheres. Ademais, esse campo permite tratar metodologicamente minha inserção etnográfica enquanto pesquisadora e participante que, como tal, possui uma subjetividade sendo (re) interpretada e questionada pelos sujeitos e sujeitas de pesquisa.

Ao longo da pesquisa a estrutura metodológica inicial foi se modificando, atendendo aos fluxos que os universos empíricos assumiam. O campo proposto sugere um quadro

uma experiência física direta de movimentos rítmicos fundamentais. Tal capacidade é inata; todos os bebês chegam ao mundo com habilidades sensório-motores que se tornam a fundação rítmica de todas as músicas.”

segmentado que, contudo, revela circuitos internos próprios, na medida em que articulam os usuários a diferentes plataformas e diferentes usos de apoio emocional pelas mídias digitais, de modo que ao longo do texto explicarei como é possível elaborar diferentes conceitos sobre o apoio emocional de acordo com cada universo empírico. Pretendo ainda, apontar como cada um deles se insere na produção de moralidades em torno dos usos das mídias que articulam tanto processos de subjetivações distintos quanto modos específicos de usos que elaboram normas e convenções a respeito da busca por apoio emocional. Em síntese, os usos das mídias digitais segmentam a busca por apoio emocional de acordo com as moralidades dos sujeitos, demonstrando uma pluralização dessa relação de acordo com suas diferenças, ou seja, os contextos sociais orientam moralidades de usos distintos e apresentam valores específicos para guiarem as emoções.

Mídias digitais e transformações sociais: elementos históricos e teóricos

Conforme exposto anteriormente, o trajeto percorrido para a construção de meu objeto e campo de pesquisa passou pela verificação de como na internet as diferenças de gênero ainda eram mantidas. Tal constatação contrariava perspectivas iniciais dos estudos sobre internet que identificavam possibilidades de construção de um cenário social à parte através do qual era possível construir identidades e subjetividades independentes do contexto social, dando-lhes um caráter de autonomia frente a este. No meu campo de pesquisa, essas diferenças, somadas a outras, caracterizam os usos do apoio emocional pelas mídias digitais, constituindo modalidades e fluxos específicos que caracterizam o que constatei como mercados segmentados.

As concepções sobre o surgimento de novas mídias e até mesmo sobre novas tecnologias sempre foi permeada por discursos que enfatizam seu caráter de causa de problemas, medos ou transformações sociais, vistas muitas vezes como se estivessem descoladas das conjunturas históricas do momento ao qual pertencem. Porém, a formação de novas mídias não se dá independentemente de outras que já existem e sim do estabelecimento de relações entre elas, de modo que não podem ser pensadas como estáticas ou como instâncias que, a partir de suas tecnologias próprias, transcendem os limites sociais. Logo, um estudo sobre mídias deve observar o cenário de sua disseminação em consonância com seus usos e recepções.

Nesse subitem pretendo recuperar brevemente alguns estudos que demonstram como a disseminação das tecnologias está atravessada por valores morais em torno de seus impactos sociais e subjetivos, com o intuito de observar o contexto em que as mídias digitais se inserem no que tange aos seus usos e, particularmente, quanto aos processos de subjetivação em seus discursos. Sendo assim, concordo com Richard Miskolci que “reconhecer as continuidades entre o passado e o presente também auxilia a evidenciar as verdadeiras rupturas, as quais, mesmo sendo novidades podem ser mais bem analisadas em contraste com o que se dava antes do acesso às mídias digitais”. (MISKOLCI, 2011, p.18).

O propósito fundamental das tecnologias de comunicação, constatado em seus primeiros aparatos tem sido permitir a comunicação entre pessoas sem que elas se encontrem presencialmente. Antes da invenção do telégrafo, exemplo dado por Nancy Baym (2010), a habilidade de transcender o espaço físico na comunicação pessoal, era realizada com atrasos inevitáveis, como acontecia com a troca de cartas. Estas últimas, como precursoras de troca de mensagens desde a Antiguidade Clássica faziam parte de um modo de comunicação entre pequenos grupos exercida pelo pequeno coeficiente de letrados, cujos objetivos baseavam-se na troca entre pessoas e grupos, de informações e também consolações, como as que foram produzidas pelo filósofo Sêneca. Nesse aspecto, a consolação como prática epistolográfica, pode ser caracterizada como um dos primórdios das práticas de aconselhamento, e apresentando processo de subjetivação específico.

O telégrafo, por sua vez, alterou essa situação, por permitir comunicação em tempo real através de longas distâncias pela primeira vez. Richard Miskolci (2011, p. 10) ao propor uma recapitulação histórica e análise sociológica do impacto das novas mídias na vida social considera como as tecnologias, se desenvolvem através de outras que lhes são anteriores e guardam relação com formas de subjetivação:

Além da celeridade na transmissão de notícias, as cartas criaram uma forma particular de subjetivação, pois induziam à reflexividade e à expressão de sentimentos. Todo um campo de experiência das classes letradas, formas de refletir e sentir, foi marcado e, até certo ponto, moldado pela troca de missivas. De qualquer forma, a troca de correspondência jamais foi universal, pois a maior parte da população não era letrada e/ou não tinha acesso a serviços postais.

O desenvolvimento dos meios de comunicação se deu, assim, de modo associado ao processo de aumento da mobilidade das pessoas com os avanços da sociedade industrial e, além disso, possibilitou a conexão entre pessoas distantes e um processo de subjetivação que lhes ensinava a se auto examinar através das cartas nas quais partilhavam sentimentos e

solicitavam por conselhos. Se na Antiguidade Clássica, as atividades epistolares faziam parte de pequenos grupos letrados, a partir da sociedade industrial isso começa a se expandir, ainda entre pessoas letradas, mas de modo mais ampliado.

Especificamente sobre as tecnologias digitais, de acordo com Adrian Athique (2013, p. 5-6), elas têm suas origens nas máquinas de calcular criadas no século XIX, como a “máquina analítica”, inventada por Charles Babage na década de 1830 e o armazenamento de dados em cartões perfurados que mais tarde se tornaria peça chave do desenvolvimento da computação no século XX. Em 1936 foi desenvolvida a máquina de Turing, também conhecida como máquina universal, capaz de processar tarefas a partir de cálculos matemáticos e algoritmos. Alan Turing, seu criador, foi uma das figuras mais influentes da computação e da matemática, atuando junto ao exército Britânico durante a Segunda Guerra Mundial na decifração de códigos secretos alemães. Nesse período, inclusive, houve um avanço científico e tecnológico aplicado aos interesses militares dos países envolvidos com a Guerra, especialmente Inglaterra, Estados Unidos e Alemanha. Desse modo,

[...] a busca da computação eletrônica - em formas primitivas, mas estrategicamente importantes - pelos principais antagonistas durante a Segunda Guerra Mundial, na década de 1940 é comumente vista como anunciando o que tem sido chamado de a era da informação. O conflito trouxe grande número de cientistas, acadêmicos e técnicos em uma escala sem precedentes e demonstrou como as principais realizações técnicas puderam ser feitas rapidamente pela colaboração sistemática. Foi essa experiência que sustentou a decisão de expandir massivamente universidades e ensino técnico nas décadas do pós-guerra. (ATHIQUE, 2013, p. 6)

Nas décadas de 1950 e 1960, foram criados os *mainframes*, computadores de grande porte que ocupavam uma sala quase inteira e eram capazes de processar grande número de dados, demonstrando como a computação poderia resolver o problema de memorizar e gerir informações simultaneamente, no intuito de melhorar a eficiência da produção industrial. Nesse período, caracterizado pela Guerra Fria, a rivalidade entre Ocidente capitalista e Leste comunista era expressa também em suas respectivas vontades de demonstrar supremacia tecnológica e econômica. O aperfeiçoamento da tecnologia de informação visava, por conseguinte, transformar o processo produtivo industrial através da capacidade de programação para processar dados – o que era permanentemente revolucionário para o momento. Visto que havia um anseio por parte das potências que compunham a Guerra Fria de progredirem quanto às armas nucleares e à corrida espacial, o desenvolvimento da computação buscava eliminar qualquer possibilidade de erro humano nesse processo. A partir

do final dos anos 1960, o processamento de informações através da computação se espalhou para além das aplicações militares, adentrando as universidades e corporações comerciais. Todo esse percurso, de acordo com Athique (2013, p. 9), pode ser caracterizado como substituição da Sociedade Industrial pela Sociedade da Informação.

A evolução da sociedade de consumo Ocidental nesse contexto foi marcada pelo florescimento de uma série de produtos eletrônicos que baseados no princípio da eficiência tecnológica transformaram as esferas sociais. A televisão é um exemplo de dispositivo que adentrou nas esferas domésticas e que se configurou como o principal veículo de informação e entretenimento, principalmente para as classes populares. A era dos produtos eletrônicos se configurou também como a era de solidificação da cultura de massa, por meio da música pop, novelas e anúncios publicitários de produtos domésticos. Nesse momento, particularmente no final dos anos 1960, a geração de baby-boomers, nascidos entre os 20 anos subsequentes do final da Segunda Guerra Mundial, crescia em meio a uma quantidade de consumidores de eletrônicos e cultura de massa que abrangia quase a totalidade da sociedade.

Adrian Athique, analisando a diferença entre a fase em que os *mainframes* representavam grande progresso tecnológico diante das demandas políticas do período pós-guerra e o momento de florescimento de produtos eletrônicos que invadiram a esfera da vida individual das pessoas, constata:

O que fez a revolução da informação da década de 1970 tecnologicamente diferente da época anterior do mainframe foi a realização em grande parte da distribuição da computação. O igual aumento de informatização e de consumo de eletrônicos tinha conduzido um processo de miniaturização que tinha começado com as exigências da corrida espacial. Componentes eletrônicos tinham sido submetidos a um processo contínuo de refinamento que os fizeram menor e, portanto, adequados para uma vasta gama de novas aplicações. [...] Embora muitas das empresas de tecnologia de maior dimensão continuaram a concentrar-se nos supercomputadores que eram suas ações-no-comércio, as novas gerações de técnicos de informática voltaram sua atenção para as possibilidades de dispositivos multifuncionais muito menores, inaugurando a era do microcomputador. Estes dispositivos de um único usuário que podiam ser montados a partir de componentes básicos foram totalmente programáveis e facilmente instalados em um desktop. (ATHIQUE, 2013, p. 10).

Percebe-se, portanto, que a trajetória ao redor dos avanços tecnológicos que se deram sobre a computação teve como pano de fundo cenários políticos de Guerra e pós- Guerra que revelam interesses militares e comerciais de países considerados naquele momento como potências econômicas. O centramento da produção em computadores pessoais garantiu,

consequentemente, que na próxima década de 1980, os usos dos computadores fossem difundidos para aplicações no trabalho, de programas de planilhas, processamento de dados, banco de dados, etc. Logo, a posse de computadores se tornou comum entre as classes médias americanas a partir de meados dos anos 1980 (ATHIQUE, 2013).

Nos anos 1990, com o barateamento de produções e padronização de softwares, assim como uma explosão sem precedentes nas telecomunicações provocados pelo advento da fibra óptica de alta velocidade e pela privatização, os computadores pessoais tornaram-se comuns no cotidiano das classes médias das sociedades desenvolvidas e, a partir dessas configurações, a internet ganhava contornos comerciais. As privatizações das telecomunicações nesse momento permitiram a introdução da internet comercial no Brasil nessa mesma década.

Em linhas gerais, a internet é um sistema global de telecomunicações que conecta as principais redes de computadores. Seu surgimento se deu em 1969, com uma rede de computadores interligadas, chamada ARPANET, em meio a Guerra Fria. Através de investimentos militares americanos, essa rede teve como finalidade inicial manter a comunicação das forças armadas em caso de ataques que destruíssem os meios convencionais de telecomunicações. Nas décadas de 1970 e 1980, além de ser utilizada para fins militares, a Internet também penetrou no meio acadêmico das universidades americanas. A criação do World Wide Web (WWW) ¹³ padronizou a navegação na internet que, por meio de um software, “permitia os usuários a visitar facilmente documentos em qualquer número de redes diferentes e navegar através de informações em todo o sistema de redes de computadores interligados (a Internet)”. (ATHIQUE, 2013, p. 13).

A primeira fase da Web denominada de Web 1.0 era estática, na qual os usuários não interagiam com o conteúdo que consumiam. Nos anos 2000 essa ferramenta foi aprimorada para a Web 2.0, como conhecemos atualmente, propiciando que os usuários interagissem entre si e também fossem criadores de conteúdo. Destaca-se nesse momento o surgimento das

¹³ A WorldWideWeb é um sistema de documentos dispostos na Internet que permitem o acesso às informações apresentadas no formato de hipertexto. Para ter acesso a tais informações pode-se usar um programa de computador chamado navegador. Segundo Athique, a criação do hipertexto nos anos 1980 foi precursora para o desenvolvimento da Internet como entendemos hoje. De modo geral, hipertexto é um protocolo de transferência de dados que possibilita o envio de informações relacionadas a um documento eletrônico linkado a informações de outros documentos, permitindo o leitor clicar em informações sequencialmente relacionadas. O hipertexto permitiu a criação de um tipo de linguagem padronizada e o uso da Internet o torna Universal. A partir disso, a web teve subsídios para seu surgimento. Nas palavras do autor: “entre 1975 e 1984, foram desenvolvidas uma série de redes de grande escala para aplicações civis. O que efetivamente limitou a capacidade dos usuários para trabalhar através destas ligações foi a falta de um padrão de software (tanto entre as redes e máquinas individuais). O HTML de Tim Bernes-Lee forneceu esse padrão, juntamente com o seu software WorldWideWeb para traduzir HTML em uma exibição visual (navegador da web) e o sistema de endereços global (http:)” (ATHIQUE, 2013, p. 13).

Wikis¹⁴, blogs, redes sociais, assim como a possibilidade de os usuários fazerem comentários sobre o conteúdo que estão consumindo.

De acordo com Adrian Athique (2013) a expansão das novas mídias, mesmo que ainda centrada na Internet, ocorreu no que ele denomina de O período de globalização entre 1991 e 2007, correspondente ao final da Guerra Fria e colapso da União Soviética até o início da crise das hipotecas nos Estados Unidos que se espalhou pelo mundo. Esse processo já avançado em meados dos anos 2000 define o que Manuel Castells denomina de sociedade de rede, destacada pelo fluxo de informações, mercados e pessoas que se coloca numa perspectiva do descentramento da ordem social anterior a este período, na qual a conectividade assume caráter central. Contudo, ao contrário de se dar de modo igualitário para todos os países, se trata de um processo marcado pelo remanejamento das relações e reterritorialização das desigualdades:

Como as redes não param nas fronteiras do Estado-nação, a sociedade em rede se constituiu como um sistema global, renunciando a nova forma de globalização característica de nosso tempo. No entanto, embora tudo e todos no planeta sentissem os efeitos daquela nova estrutura social, as redes globais incluíam algumas pessoas e territórios e excluía outros, induzindo, assim, uma geografia de desigualdade social, econômica e tecnológica. (CASTELLS, 2001, p. II).

Esse breve delineamento da trajetória da computação até desembocar na rede de computadores interligadas através da Internet propicia uma compreensão das conjunturas históricas, políticas e sociais que desembocaram no que hoje podemos denominar de mídias digitais. As mídias digitais são compreendidas nesse trabalho como um conjunto de artefatos tecnológicos que mediam as relações sociais por meio da conectividade. Inicialmente restritas ao uso da Internet por computadores de mesa, ampliam seu alcance através de notebooks, tablets e aparelhos de telefone celular como smartphones que apresentam a possibilidade de conexão móvel.

De acordo com Baym (2012, p.34), alguns discursos sobre as mídias digitais pregam um determinismo tecnológico que, assim como em outras tecnologias desenvolvidas anteriormente, se preocupam com a autenticidade das identidades e o bom status das relações “reais”. Se por um lado era possível observar uma espécie de utopia com relação às mídias digitais em discursos que enfatizavam que através do anonimato se anulariam as marcas da diferença, no sentido de se promover mais igualdade entre as relações; por outro, as

¹⁴ Wiki se trata de websites cujos conteúdos são construídos de modo colaborativo entre os usuários. A mais conhecida se trata da enciclopédia Wikipedia que tem como objetivo produzir conteúdos coletivamente.

tecnologias provocavam medos de ascensão social, isolamento e perda de uma aura restrita às relações face a face. Em resumo,

Retóricas utópicas enfatizam a perspectiva feliz de que a tecnologia vai libertar o verdadeiro eu dos constrangimentos da geografia e dos grillhões das identidades sociais marginalizadas e capacitá-las para enriquecer suas relações off-line e se envolver em novos relacionamentos online. Essas visões são confrontadas contra cenários distópicos emaranhados de decepções, tribalismo e o apagamento das distinções de classe social. Estas perpetuam o temor de que as tecnologias de comunicação nos levarão para mais distantes uns dos outros, levando-nos ao casulo em grupos altamente seletivos, abrangendo máquinas em vez de pessoas. Essas retóricas são previsíveis, e nos dizem tanto quanto - se não mais- sobre a sociedade do que nos dizem sobre tecnologias. (BAYM, 2010, p. 38-39).

Esse referencial aponta para a necessidade de refletir sobre as mídias recuperando minimamente os contextos anteriores que permitiram seus desenvolvimentos e em um anseio de entender quais configurações elas assumem na vida social contemporânea, particularmente afetando os processos de subjetivações. No que se refere às mídias digitais, tendo como seu expoente mais expressivo a internet, os estudos iniciais apontavam para a existência de um espaço social que de modo distinto da esfera considerada como real era denominado de ciberespaço, compreendido por Lévy (2005) como uma região abstrata invisível que estaria num processo de globalização planetária e constituiria um espaço social de trocas simbólicas entre pessoas de diversas localidades.

Entretanto, essa concepção foi colocada em xeque, uma vez que a rede não se constitui como espaço democrático e independente de relações e circulação de conteúdos, preservando o que as caracteriza em seus respectivos contextos sociais. Em suma, ao invés de ciberespaço vivemos de forma articulada o online/off-line, o qual constitui o que Iara Beleli (2012, p.5) define como um *continuum*. Nancy Baym (2010, p. 152) faz esclarecimentos sobre a noção de ciberespaço e observa que, ao contrário do que se imaginava, o uso das mídias está imbricado pelos contextos sociais em que são construídas as relações e os conteúdos nela presentes, levando-a a constatar que o ciberespaço tal como conceituado se trata de um mito. É possível perceber através da utilização de redes sociais, blogs, microblogs, comunidades, fóruns, etc. uma modificação nas formas de sociabilidade, bem como nas subjetividades, de tal modo que a tecnologia pode ser caracterizada, nos termos da psicanalista norte-americana Sherry Turkle (2011), pelo nosso desejo de que seja o arquiteto de nossas intimidades.

Sherry Turkle (2011) busca observar os impactos subjetivos que as tecnologias têm produzido nos sujeitos, analisando como seu uso tem criado novas formas de solidão na

sociedade contemporânea. Através de seus estudos sobre relações sociais desenvolvidas com robôs, assim como relações mediadas digitalmente, a autora descreve como a relação com a tecnologia redesenha as fronteiras entre intimidade e solidão, na medida em que oferece a ilusão de companhia experimentada por meio da conectividade. Ao contrário dos discursos levantados por Baym que apresentavam um receio de que as relações mediadas pelas tecnologias aniquilariam qualquer traço emocional das relações face a face, o argumento de Turkle permite entender como as relações estabelecidas com e através da tecnologia são altamente emocionais. Elas vão ao encontro com nossas vulnerabilidades – em especial com nossa demanda por relações de intimidade nas quais não haja propriamente um comprometimento exigido por relações face a face.

Nesse cenário, Turkle atenta para um aspecto aparentemente paradoxal a respeito das mídias digitais: se por um lado, a conectividade promove uma espécie de solidão compartilhada entre os sujeitos, ela dificulta o desenvolvimento da habilidade de ficar sozinho e refletir sobre os próprios pensamentos e emoções na esfera privada e íntima (2011, p. 176). Para as gerações amplamente conectadas, a tecnologia facilita a expressão de sentimentos enquanto ainda estão sendo formados, o que configura um estilo emocional no qual as emoções não estão completamente experimentadas até serem comunicadas e em consonância suscitar algum tipo de recepção.

Em relação com o contexto das modalidades de apoio emocional que analiso, as vulnerabilidades apontadas por Turkle se referem a particularidades quanto as motivações que culminam na busca por apoio pelas mídias digitais. As desigualdades de gênero e sexualidade são latentes no primeiro universo de pesquisa, em que mulheres demonstram experiências em que têm que assumir os fardos emocionais das relações, desigualmente divididos com seus parceiros e, entre homens homossexuais negociando seus gêneros e sexualidades em contextos de insegurança social. Na segunda, a vulnerabilidade se apresenta no sentido de colocar embates para os profissionais de psicologia afirmarem sua expertise. Na última, os anseios por constituir redes de sociabilidade e apoio emocional se situam no âmbito de construir relações de camaradagens pela *Cabana* e transcender limitações de gênero *n'O LUGAR*, mesmo que apresentando uma dinâmica na qual esses marcadores ainda estão evidentes. De todo modo, em contexto diferente do que foi abordado por Turkle, minha pesquisa demonstra o quanto as mídias digitais são subsídios para a constituição de relações de apoio emocional que apresentam mais agência dos sujeitos que em outras mídias, destoando do caráter de solidão anunciada em contexto americano.

Todas essas transformações caminham para um tipo de organização social preconizada pelas relações pessoais. De modo que,

Algo impensável até pouco tempo insinua que estamos começando a viver em uma era em que o pessoal e o íntimo não apenas adentram na esfera pública, mas passam a transformá-la de forma que demandas individuais forcem as coletivas, como a já antiga demanda de privacidade e o protocolo de reservar o íntimo à privacidade de espaços como a casa (MISKOLCI, 2011, p.19).

Dessa forma uma das maiores diferenças entre as mídias digitais e os meios de comunicação de massa é a possibilidade de se estabelecer relações interpessoais de modo individualizado transformando consideravelmente o sistema de difusão de conteúdo presente na televisão e no rádio, por exemplo. Estes últimos, por serem massivos, são caracterizados pelo sistema de *broadcasting*, no qual a informação é difundida a partir de um único produtor para muitos receptores. Já pelas mídias digitais, existe a chance de que os sujeitos sejam produtores de conteúdos individuais e distribuam para uma audiência selecionada pela sua própria rede de contatos, permitindo de modo distinto dos outros meios, que haja uma evidência pessoal que não se restrinja aos modelos vindos do *star system* tradicional. As fronteiras entre produção e recepção de massa são, conseqüentemente, abaladas pelo protagonismo individual. Em outras palavras:

[...] protagonismo individual nas novas mídias é a experiência de se colocar e viver nelas, portanto sem mais depender da sua projeção em astros e estrelas, os únicos que – até recentemente – tinham suas imagens e personalidades difundidas midiaticamente e nas quais as pessoas “normais” encontravam modelos de comportamento e/ou projetavam a si mesmas. Trata-se de um feito nada desprezível, o qual não apenas democratiza a experiência como também a modifica profundamente em um misto de transformação técnica, social e também subjetiva (MISKOLCI, 2011, p. 13-14).

Esse processo de mudanças nas relações midiáticas se configura como fundamental para entender como se dá o acesso às mídias e à produção de discursos de uma forma ao menos mais horizontalizada que em outros meios de comunicação. Com relação ao apoio emocional, isso possibilita acesso individualizado à modalidade que apresenta mais correspondência com a experiência dos sujeitos e ainda amplia as redes de ajuda mútua, desconfigurando o domínio dos especialistas. A despeito de tomar esse dado como universal é necessário entender o quadro brasileiro que se apresenta sobre os usos das mídias digitais. A análise da implantação da Internet no Brasil aponta para dois momentos de intervenções estatais e privadas. O primeiro compreende os anos de 1988 e 1995 e é marcado pela ação dos agentes do Estado

(ministérios, Rede Nacional de Pesquisa e Embratel), na montagem da infraestrutura necessária para responder aos interesses da comunidade acadêmica. O segundo teve início em 1995 e coincide com a privatização do sistema de telecomunicações.

A discussão sobre o fim do monopólio estatal do sistema de telecomunicações brasileiro começou em 1994 quando o governo apresentou intenções de abertura desse mercado para a iniciativa privada. Até então, a infraestrutura de acesso à internet era usufruída apenas em contexto acadêmico. Essa situação começou a ser alterada depois de um projeto comercial da Embratel (Empresa brasileira de Telecomunicações) que visava distribuir gradativamente a conexão à internet aos usuários finais antecipadamente cadastrados para receber o serviço¹⁵.

Entretanto, a materialização da distribuição da internet aos usuários finais por meio da iniciativa privada se consolidou a partir de 1997 com a privatização do sistema de telefonia celular estadual e, em 1998, com a privatização de todo o Sistema Telebrás, incluindo a telefonia fixa Embratel, o que alavancou o surgimento de provedores privados de acesso à internet (Cf. CARVALHO et alli, 1999). Ademais, esse momento constituiu para as classes médias e altas o início do uso da internet comercial e ao mesmo tempo propiciou a expansão da compra de linhas de telefones fixos às classes populares urbanas que até então custavam altos valores.

Nos anos 2000 o uso da internet no Brasil se acentuou através da conexão por Banda Larga, mas apenas a partir de 2010 mediante a iniciativa do Governo Federal em promover o Programa Nacional de Banda Larga, a Telebras foi reativada com a finalidade de fomentar a massificação do acesso à internet principalmente para as regiões mais carentes em Tecnologias da Informação. A meta desse projeto era de chegar aos 40 milhões de domicílios conectados à Internet em 2014, ano de realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil. Para cumprir essa meta, o Ministério das Comunicações tem atuado na desoneração de redes e terminais de acesso, expansão da rede pública de fibra óptica (administrada pela Telebras) e até mesmo no programa de desoneração de smartphones. Como principal medida de

¹⁵ Conforme verificado no artigo de Juliano Maurício de Carvalho et alli (1999, p. 5), o projeto da Embratel foi dividido em duas fases de provimento gradual da internet: “A primeira compreendeu o período de dezembro de 1994 a maio de 1995. Nesta fase foi usado o backbone acadêmico, anteriormente montado pela RNP. Esta etapa do projeto tinha o objetivo de funcionar como teste e foram atendidos 250 usuários selecionados entre os cadastrados a receber o serviço. A estatal não revelou nomes, porém o coordenador do projeto, Helio Daldegan, afirmou que os escolhidos para participar dessa fase seriam "fornecedores de informação" e, por isso, aptos a avaliar se a estrutura usada teria condições de suportar a demanda exigida. A segunda fase do projeto, com início previsto para maio de 1995, compreenderia a distribuição gradativa da conexão à rede aos usuários finais antecipadamente cadastrados. Cerca de 15 mil de pessoas se cadastraram para participar do projeto. O plano da estatal era atender 500 pessoas por semana até suprir toda a demanda. No entanto, nesse mesmo mês, duas portarias baixadas pelo Minicom, anunciavam a mudança dos rumos do provimento de acesso comercial à Internet no Brasil”.

popularização ao acesso à internet por domicílios, o programa também implementou a chamada banda larga popular, com internet na velocidade de 1 Mbps ao valor de R\$ 35 mensais (com impostos) ¹⁶.

Atualmente, segundo dados divulgados em setembro de 2014 pela última PNAD realizada pelo IBGE referente ao ano de 2013, mais da metade da população brasileira tem acesso à internet. A proporção de usuários/as saltou de 49,2% em 2012 para 50,1 % em 2013, sendo as mulheres 51,9% do total de usuárias. Com referência a faixa etária, o acesso se concentra entre jovens com idades entre 15 e 17 anos e de 18 a 19 anos, com 76% e 74,2% respectivamente, enquanto que apenas 21,6% de pessoas acima de 50 anos se conecta a internet. Em termos regionais, o nordeste obteve o maior crescimento de usuários/as, contudo, em geral, ainda aparece abaixo do Centro-Oeste, Sudeste e Sul¹⁷.

No que se refere ao uso de outras mídias digitais, como os Smartphones, constata-se um aumento significativo na compra desses aparelhos, com a diminuição de seus valores. Em 2013 a venda desses produtos aumentou 122% em relação ao ano anterior e apontam para uma substituição de aparelhos celulares antigos por aqueles que possuem a possibilidade de conexão móvel¹⁸. Além disso, o uso de tais aparelhos garante maior mobilidade e flexibilidade nas relações sociais, já que impulsionam vínculos a partir da tecnologia articulada a qualquer lugar que tenha acesso à internet sem fio ou via 4G. Em síntese, o acesso às mídias digitais no Brasil mesmo que tenha tido avanços consideráveis nos últimos anos, predomina em regiões mais desenvolvidas economicamente, e se sobressai entre as gerações mais jovens, que nasceram ou chegaram à adolescência no final dos anos 1990, época em que a internet comercial se expandia entre as classes mais altas (Cf. MISKOLCI, 2011). Esses aspectos são importantes termos balizadores que fornecem elementos de análise que não apenas apontam para a disseminação dos usos das mídias digitais, sem considerar as diferenças às quais se articulam e que mantêm desigualdades e no caso de minha pesquisa, mercados de apoio emocional segmentados.

A investigação dos usos das mídias digitais tem se revelado promissora para desvendar a dimensão das moralidades das relações sociais, em particular as que se situam no âmbito dos afetos, intimidades e desejos. Pesquisas recentes permitem identificar um panorama

¹⁶ Informações retiradas em < <http://www.mc.gov.br/acoes-e-programas/programa-nacional-de-banda-larga-pnbl>> Acesso em 16/06/2014.

¹⁷ Dados disponíveis em < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/09/mais-de-50-dos-brasileiros-estao-conectados-internet-diz-pnad.html>>. Acesso em 23/dez./2014.

¹⁸ Dados disponíveis em < <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/01/1391973-vendas-de-smartphones-e-tablets-cresceram-mais-que-100-em-2013.shtml>> Acesso em 16/06/2014.

diferente dos que foram constatados pelas pesquisas americanas, que assinalavam um possível isolamento social. As reflexões no Brasil atentam para como as mídias digitais ampliaram as possibilidades de constituição de redes de sujeitos que são relegados à invisibilidade social, assim como relações que se constituem para além das relações face a face. Evidenciam-se pesquisas que atentam para mais agência adquirida com os usos das mídias digitais por sujeitos subalternizados como mulheres, homossexuais e pertencentes à chamada classe C ou classe média-baixa¹⁹. Destaco as que tratam de práticas de sujeitos que buscam por relações afetivas e sexuais, como é o caso das pesquisas conduzidas por Miskolci (2009; 2012; 2013), Zago (2013), Kurashige (2014), Melhado (2014), sobre relações homoeróticas masculinas forjadas online; Padilha (2013) sobre a articulação de aplicativos de celulares smartphones com geolocalizadores na constituição de relações homoeróticas em segredo; Pelúcio (2012) sobre a procura por sites de traição, Beleli (2012) procura de parceiros/as afetivos, Ferreira (2012) e ainda como meio de informação sobre grupos de ajuda-mútua centrado em adicção sexual.

Em uma proximidade maior com meu objeto, saliento pesquisas que se dedicam a investigar processos de subjetivação que se dão por práticas de apoio emocional através das mídias digitais, como é o caso das pesquisas de Daniela de Araújo Silva (2004) sobre o uso de blogs por meninas que sofrem com transtornos alimentares e de Lara Facioli (2013) sobre práticas de ajuda mútua online entre o público feminino de classes populares. Tais estudos, de modo geral, contribuem para uma compreensão dos usos das mídias digitais como constituinte de processos de subjetivação cujo alcance viabiliza reflexões tanto sobre as diferenças quanto sobre remanejamento de relações de poder em contexto brasileiro.

No meu campo, verifiquei o quanto cada modalidade de apoio emocional que se configurou como universo de pesquisa demonstra diferentes usos que se dão articulados à classe social, raça, sexualidade, gênero e geração. A primeira modalidade, de consultórios sentimentais é acessada entre mulheres heterossexuais e homens homossexuais de classes populares, indicando ser essa uma porta de entrada para obtenção de apoio emocional pelas mídias digitais, o que pode culminar na constituição de outras redes, como as constatadas por Facioli (2013) sobre o mesmo público de leitoras do blog *Cérebro Masculino*. Ao passo que, na terceira modalidade, as comunidades online se estabelecem a partir de dinâmicas mais

¹⁹ Classe C é um termo que ganhou evidência nos últimos anos para se referir aos grupos de pessoas que ascenderam socialmente através de mais acesso à políticas públicas, de educação e principalmente consumo. Há um debate grande sobre os avanços obtidos por esse estrato da população que consideram-no pertencente à denominada Nova Classe Média que, contudo, desconsidera nuances sobre gênero, sexualidade, raça/etnia e outras diferenças. Para avançar na discussão ver Facioli e Miskolci (2013).

coletivas por meio de redes. Enquanto a *Cabana* era utilizada por homens brancos, heterossexuais, em fase de se estabelecerem profissional e afetivamente, *O LUGAR* demonstrou um perfil de pessoas que em outras modalidades não apareceram tão fortemente, se referindo particularmente a pessoas acima dos 40 anos, indicando o quanto a pequena parcela de pessoas que acessam a internet nessa faixa etária se aloca a esse tipo específico de apoio emocional, no intuito de constituir redes de sociabilidade e possivelmente por se caracterizarem como público de classes médias e altas, mais propenso a ter acesso e habilidade com as mídias digitais. Já o público que opta por atendimento psicológico profissionalizado, de acordo com profissionais entrevistados, se configura enquanto aquelas e aqueles alocados enquanto sujeitos que apresentam “sintomas” que permitem o diagnóstico do vício, assegurando o domínio dos profissionais na normalização dos usos das mídias digitais. Diante disso, há resignificação do apoio emocional a partir dessas mídias que assumem características específicas de acordo com cada tipo de público e relação de apoio que, por conseguinte, atua em processos de subjetivação que operam através de dinâmicas diferentes.

Processos de subjetivação e apoio emocional na era das mídias digitais

O foco na busca das mídias digitais como apoio emocional constitui um campo significativo de reflexão sobre os processos de subjetivações no âmbito dos usos das novas tecnologias de comunicação e informação. Isso se coloca, especialmente, pelo fato das mídias digitais potencializarem a partilha de experiências associadas à esfera íntima, assim como apresentar modificações nas formas como as subjetividades contemporâneas são construídas. Entre essas modificações, constatam-se a interatividade (BAYM, 2010, p. 6-7), enquanto *continuum* que caracteriza a comunicação, sincronicidade e estrutura temporal que permitem interação em tempo real e mobilidade dos usos através de aparelhos portáteis como smartphones acentuam transformações subjetivas que facilitam a comunicação e, conseqüentemente a procura e obtenção de apoio emocional, e também culminam na demanda por conectividade permanente. Nesse ínterim, a partir dessas novas configurações midiáticas, é possível verificar pelo campo que constitui essa pesquisa um intenso investimento emocional em torno dos relatos, na medida em que as pessoas vão se envolvendo com as histórias ali contadas e procuram de alguma forma dialogar.

Além disso, evidencia-se como seu uso molda subjetividades na busca por apoio emocional sem perder de vista o caráter mercadológico das mídias. O campo empírico que

constitui minha pesquisa demonstra como o uso de sites que oferecem consultórios sentimentais digitais, comunidades online, assim como o uso das mídias por profissionais, possuem contornos comerciais, se tornando um empreendimento econômico que garante lucros a empresas que anunciam seus produtos nas plataformas e aos seus fundadores. O uso das mídias digitais, desse modo, representa a possibilidade não apenas de que redes de sociabilidade e apoio emocional se teçam como também se insere em uma lógica de mercado evidente, que articula processos de subjetivação à determinados discursos e produtos vinculados comercialmente às plataformas. Nesse aspecto, tendo a concordar com a constatação de Miskolci (2011, p. 20), à respeito da triangulação entre aspectos comerciais, íntimos e políticos das mídias digitais, pois

Elas potencializam a formação de laços de afinidade distintos em que o comercial, o político e o íntimo se entrelaçam de maneiras novas. Refiro-me a essas três dimensões porque as mídias são, principalmente (se não primordialmente), um espaço comercial, parte do mercado, mas nelas é possível se socializar a partir da vida pessoal, o que não equivale a uma necessária despolitização, ao contrário, há muitas evidências de politização da intimidade e constituição de laços a partir de características individuais anteriormente invisibilizadas, ignoradas ou, pura e simplesmente, recusadas coletivamente.

O autor se refere às interações entre sujeitos com sexualidades e gêneros dissidentes, pessoas com deficiências que foram ocultadas do espaço social e que através das mídias digitais politizam sua intimidade e adquirem agência. No caso de minha pesquisa, a politização da intimidade se situa no âmbito em que os sujeitos refletem mais sobre sua intimidade, mas no sentido mais egocentrado do que no que se refere à uma politização de demandas coletivas de grupos invisibilizados.

Assim, a busca por apoio emocional através das mídias digitais no Brasil, conforme já exposto a partir de referenciais de pesquisas recentes, denotam um contexto no qual a busca por acolhimento social é maior do que o que foi apresentado pelas pesquisas que lidam com a sociedade americana. Ao contrário de as mídias digitais revelarem aspectos relacionados à solidão dos sujeitos, conforme tratado por Turkle (2011) sobre a sociedade americana, elas colaboram para que se estabeleçam redes de apoio, especialmente entre sujeitos subalternizados, como as mulheres de classes populares que vivenciando ainda desigualdades de gênero em suas relações, vislumbraram pelo acesso recente às mídias digitais, forma de procurar por apoio emocional de forma anônima e individualizada, o que não as exporia no contexto social de origem. O mesmo acontece com os sujeitos que procuram por apoio

emocional através do site *A Capa* que em traduzem em suas experiências contextos de invisibilidade da homossexualidade enquanto sua legitimidade afetiva e até sexual. Os profissionais de psicologia, por sua vez, visualizam acolhimento profissional por meio da oportunidade de estenderem sua área de atuação e com isso entrarem na disputa pelo apoio emocional definindo o que é válido nesse âmbito. No que se refere aos usos da *Cabana* e O LUGAR, elas permitem acolhimento de sujeitos com vidas centradas no trabalho e que podem além de obter apoio emocional, construírem por meio das comunidades redes de sociabilidade a partir de interesses comuns. Em suma, por apresentar dinâmicas sociais coletivas com moralidades específicas a respeito da constituição das subjetividades em interface com às relações afetivo-sexuais, o apoio emocional, como pretendo demonstrar ao longo deste trabalho, assume diferentes facetas que (re) articulam sentidos de relações de poder.

O campo selecionado para a pesquisa se insere no anseio de captar a partir da experiência pessoal, processos de subjetivações que se situam em uma conjuntura social maior, na medida em que – nos termos de Facioli (2013, p. 14) “pesquisar formas de subjetivação permite acessar aspectos emocionais de questões coletivas, tais como as inseguranças que marcam a vida de uma sociedade em um dado momento”. Refiro-me aqui ao aporte teórico foucaultiano que, em uma perspectiva pós-estruturalista, enfatiza os discursos e não concebe os sujeitos dados por determinadas estruturas, mas antes, indaga-se sobre os diferentes modos pelos quais é constituído. De acordo com sua concepção:

Não há um sujeito soberano, fundador, uma forma universal de sujeito que se encontra em qualquer lugar. Eu sou muito cético e muito hostil para com esta concepção de sujeito. Penso, ao contrário, que o sujeito se constitui por meio das práticas de assujeitamento, ou de uma maneira mais autônoma, através das práticas de liberação, de liberdade, como na Antiguidade, desde (bem entendido!) um certo número de regras, estilos, convenções que se encontra no meio cultural. (FOUCAULT, 1984, p. 3).

A problemática do sujeito também foi tratada por Judith Butler (2003) que em consonância com o pensamento de Foucault o entende como um processo que se coloca no âmbito dos discursos e da linguagem. A partir do entendimento da sexualidade como um dispositivo histórico, a autora dissocia a relação causal entre sexo e gênero e percebe como as identidades não são fixas, apoiadas em essências biológicas. Butler elabora o conceito de performatividade para ilustrar como os discursos antecedem os sujeitos e salienta que o gênero, antes de ser concebido como causa completa de instituições, em uma acepção genealógica, deve ser entendido como efeito destas em constante processo. Sara Salih (2012) explica:

Uma investigação genealógica da constituição do sujeito supõe que sexo e gênero são efeitos – e não causas – de instituições, discursos e práticas; em outras palavras, nós, como sujeitos não criamos ou causamos as instituições, os discursos e as práticas, mas eles nos criam ou causam, ao determinar nosso sexo, nossa sexualidade, nosso gênero. (SALIH, 2012, p. 21).

Isto posto, sugiro abordar com base nesse sentido de sujeito, os processos de subjetivação que se dão com os usos das mídias digitais como apoio emocional como tecnologias que produzem sujeitos, em particular, tecnologias de gênero, conceito construído por Teresa de Lauretis, através do qual a autora destaca a importância de se desconstruir a imbricação entre gênero e diferença sexual, pensando - o

[...] a partir de uma visão teórica foucaultiana, que vê a sexualidade como uma ‘tecnologia sexual’; desta forma, propor-se-ia também que o gênero, como representação e auto-representação, é produto de diferentes tecnologias sociais, como o cinema, por exemplo, e de discursos, epistemologias e práticas institucionalizadas, bem como das práticas da vida cotidiana. (LAURETIS, 1994, p. 208).

O conceito de experiência, nesse aspecto se torna relevante por desnudar processos de subjetivação em interface com os usos das mídias digitais. De acordo com Joan Scott (1998, p. 301): “quando a experiência é tomada como origem do conhecimento, a visão do sujeito (a pessoa que teve a experiência ou o historiador que a reconta) torna-se o suporte da evidência sobre a qual a explicação é elaborada.” Mais que isso, tratar o campo pela experiência permite compreender como os sujeitos são constituídos pelos processos sociais e históricos que os constituem. Outrossim, tal referencial possibilita o entendimento das diferenças a partir da experiência e não o contrário, ou seja, permite tratar determinadas categorias não construídas *a priori*, mas de modo analítico, observando como se apresentam e operam no campo.

Observei ao longo da pesquisa, o quanto os usos das mídias digitais como apoio emocional está atravessado por elementos de classe social, sexualidade, gênero, processos de racialização e aspectos geracionais. Classe social será entendida nessa tese levando-se em conta a experiência dos sujeitos, tal como o referencial de Thompson (1987, p. 9) assinala:

Por classe, entendo um fenômeno histórico, que unifica uma série de acontecimentos díspares e aparentemente desconectados, tanto na matéria-prima da experiência como na consciência. Ressalto que é um fenômeno histórico. Não vejo a classe como uma “estrutura”, nem mesmo como uma categoria, mas como algo que ocorre efetivamente (e cuja ocorrência pode ser demonstrada) nas relações humanas.

Nesse sentido, atentei para aspectos presentes nos discursos e entrevistas realizadas com interlocutores/as de cada modalidade de apoio emocional para verificar como a experiência associada à classe social configura sentidos de cada público específico. Assim, constatei elementos associados ao acesso às mídias digitais, escolaridade, ocupação profissional, moradia e horizontes de aspiração, termo utilizado pela pesquisa de Facioli (2014:11), para se referir à “tudo aquilo que envolve anseios em relação ao futuro, sejam eles de cunho econômico que visam alcançar melhores condições de vida, até mesmo os que estão ligados à esfera afetiva e da família”. No primeiro universo empírico de pesquisa, os sujeitos se configuraram como pertencentes às classes populares. As mulheres leitoras do *Cérebro Masculino* demonstraram em suas narrativas experienciarem inseguranças no que se refere às suas relações afetivas, sendo alocadas às posições de dependência financeira, amantes e periguetes dependendo de sua conduta. Esses fatores as levam a procurarem por apoio emocional, especificamente sob o olhar masculino, que as oriente no sentido de adotarem comportamentos considerados adequados e que lhes ofereça discursos para entenderem situações que vivem no contexto off-line, no qual não podem contar com o apoio da família, tampouco dos parceiros. Os leitores de *A Capa* apresentaram, de modo semelhante, serem colocados em posições subalternas em suas relações ou viverem contextos no qual sua sexualidade não pode ser experienciada publicamente, o que remete a como há uma intersecção entre sexualidade e classe social que define não apenas a busca por apoio nessa instância, como também perpassa suas experiências.

Quanto a pesquisa sobre comunidades online, adoto o termo classes médias para me referir a sujeitos que, ao contrário dos constatados na outra modalidade, tiveram acesso à bens de consumo e tem seus horizontes de aspiração mais centrados na vida profissional, chegando a elaborarem outros sentidos para as relações afetivas, como ficará explícito pelos capítulos específicos que tratam sobre elas. Os homens da *Cabana* revelaram ter acesso às mídias digitais desde sua infância e adolescência, realizaram seus estudos em escolas particulares e universidades públicas, trabalham com tecnologias, o que os motiva a ir em busca de apoio emocional que lhes dê referências de masculinidades que os distancie dos estigmas feminilizantes que marcaram suas vidas. Já *O LUGAR*, apresentando um perfil de pessoas acima dos 25 anos e até 54, algumas já estabelecidas profissionalmente e que buscam através dessa rede estabelecer sociabilidades a partir de interesses comuns e alinharem projetos profissionais paralelos.

Ademais, o campo apontou para processos de racialização articulados à classe social e sexualidade da conduta de mulheres, as associando pejorativamente à periguetes, enquanto mulher que oferece perigo por ascender socialmente, ser negra na sua maioria e exercer sua sexualidade e corporalidade sem ter como alvo a conquista dos homens. Compreendo racialização a partir de processos históricos nos quais raça é definida como resultado de práticas sociais que subalternizam sujeitos. Esses processos estão atravessados também por dinâmicas de classe social, gênero, sexualidade, geração entre outros eixos possíveis, de modo que alocam sujeitos a posições de inferioridade ou superioridade²⁰.

Na *Cabana* e n'*O LUGAR*, embora não haja de forma tão evidente discursos racializados sobre as subjetividades, corporalidades, sexualidades, etc. foi possível verificar o quanto esse tipo de rede é ainda marcada por sujeitos brancos/as e heterossexuais, apresentando apenas sujeitos mestiços de origem asiática como japoneses. Houve apenas em um caso a racialização do que um de meus interlocutores denomina de “*lado japa da família*”, aquele propenso a se interessar por tecnologias e através disso, estar em patamar de experiência associada à capacidade de dominar tais conteúdos e com isso obter sucesso na carreira profissional.

Isto posto, tais categorias que definem meus sujeitos de pesquisa permitem abordar suas experiências por meio da interseccionalidade como um método conforme proposto por Catharine A. MacKinnon (2013, p. 1024), no sentido de uma abordagem que capta as dinâmicas e forças sociais do que se propõe analisar. O que implica propor junto à contribuição de Avtar Brah (2006), que se tome a *diferença* enquanto categoria analítica, compreendendo a intersecção das categorias gênero, sexualidade, raça, dentre outras, contextualizando de que forma a interconexão entre estas se constituem nas formas de subjetivação do meu campo de pesquisa. Não se trata, portanto, de pensar cada categoria separada entre si, mas entendê-las como operam na circularidade do poder e produzem diferenças. Para Brah essas interseccionalidades se farão na experiência do sujeito e a experiência não se dá através de um poder que se impõe, mas através de um poder que se reproduz através das relações sociais. Em suas palavras,

²⁰ Nos termos de Avtar Brah (2006, p. 344): “processos de racialização são, é claro, historicamente específicos, e diferentes grupos foram racializados de maneira diferente em circunstâncias variadas, e na base de diferentes significantes de “diferença”. Cada racismo tem uma história particular. Surgiu no contexto de um conjunto específico de circunstâncias econômicas, políticas e culturais, foi produzido e reproduzido através de mecanismos específicos e assumiu diferentes formas em diferentes situações”.

Pensar a experiência e a formação do sujeito como processos é reformular a questão da “agência”. O “eu” e o “nós” que agem não desaparecem, mas o que desaparece é a noção de que essas categorias são entidades unificadas, fixas e já existentes, e não modalidades de múltipla localidade, continuamente marcadas por práticas culturais e políticas cotidianas. (BRAH, 2006, p. 361)

Tais diferenças, além de caracterizarem os sujeitos de minha pesquisa, colaboram para definir moralidades e usos específicos das mídias digitais como apoio emocional, colaborando para um processo de segmentação em que dirige os sujeitos para nichos midiáticos. Desse modo, por meio dessa perspectiva teórica e desse campo, pretendo explorar ao longo do trabalho resultados dos três universos empírico que constituem esta pesquisa, com a finalidade de compreender os aspectos que configuram a busca por apoio emocional através das mídias digitais nos âmbitos que apontam para as moralidades e discursos nelas presentes.

A hipótese dessa pesquisa é de que tem se configurado um mercado de apoio emocional através das mídias digitais, contudo, de maneira distinta às outras mídias, a segmentação ocorre concomitantemente aos usos que os sujeitos delas fazem. Considerando como no Brasil, redes sociais como Orkut e *Facebook*, assim como programas de compartilhamento de mensagens instantâneas pela internet como o MSN, foram usados como meio de socialização, essa hipótese aponta para como, a partir das mídias digitais é possível criar contatos, redes de sociabilidade por interesses e principalmente por motivações em comum que desembocam na busca por apoio emocional. Nesse sentido, cada modalidade, mesmo que não possibilite a criação de redes entre os/as usuários/as, aglutina os sujeitos pelas suas experiências, sobretudo, com os usos das mídias digitais, mostrando um cenário de público segmentado, de acordo com as categorias de gênero, classe social, sexualidade, geração, raça e outros marcadores como ocupação profissional, estilos de vida, etc.. A proposta é, nesse aspecto, abordar os elementos que constituem o apoio emocional com o intuito de verificar pela abordagem de cada universo empírico continuidades e rupturas entre o que conceituam como apoio, sobretudo apontando para moralidades e formas de subjetivação específicas.

Reflexões metodológicas: inserção e fluxos no campo de pesquisa

Todas as pessoas estavam sentadas em um círculo, formando o ambiente propício para o que era considerado como um “embate saudável” – termo êmico para a prática em que as pessoas dividem suas experiências, sofrimentos, projetos pessoais e profissionais e objetivos de encontrarem-se ali, naquele tablado de madeira onde se pratica yoga. Muitas pessoas

narravam vivências marcadas por rotinas cansativas de trabalho e apontavam para a necessidade de ouvirem e serem ouvidas não apenas mediadas pela tecnologia. Após várias pessoas se apresentarem, fui convidada por um dos coordenadores a tomar a palavra e expor meus objetivos com O LUGAR. Iniciei minha fala mencionando que visualizava na maioria das falas uma busca por relações em que as pessoas pudessem se ouvir e constituírem laços sociais significativos e que minha motivação era entender um pouco mais sobre como as pessoas usam a tecnologia para compartilharem experiências emocionais e constituírem os laços que procuram. Então apresentei a pesquisa e logo fui reconhecida por vários membros da Cabana que exclamaram: “Ah! Então é ela a tal da socióloga que falava com a gente pelo facebook!” Estava feito! A tarefa de me encontrar presencialmente com meus interlocutores tinha se realizado e, com ela, uma série de indagações e requisições apenas se iniciavam, entre elas a curiosidade de saberem mais sobre mim e até a satisfação em ter alguém da sociologia na “equipe”.

(Notas de campo – 29 de abril de 2013).

Segundo as análises sobre os usos das mídias digitais realizadas por Sherry Turkle (2011), a vantagem de se comunicar mediada por uma tela é que desse modo há um espaço para refletir e editar as mensagens, se constituindo como um “espaço para se proteger”. Início essa seção com essa constatação da obra de Turkle para iluminar alguns aspectos de minha inserção no campo de pesquisa, marcado por dificuldades, aproximações e dilemas éticos com os sujeitos que a compõem. Conforme exposto anteriormente, faz parte de um dos universos empíricos dessa pesquisa a comunidade *Cabana* do site *Papo de Homem*, cuja entrada feminina não era permitida tanto nos fóruns online quanto nos encontros presenciais, havendo apenas uma brecha nas aulas de dança de salão em que a participação das mulheres era consentida. Entre as dificuldades na realização da pesquisa de campo, portanto, destaco a abertura para manter contato com membros da *Cabana* e a participação posterior na comunidade *O LUGAR*, à qual tive a oportunidade de me apresentar pessoalmente no encontro nacional que houve em abril de 2013 e com isso conhecer o universo off-line de meus interlocutores que até então conhecia apenas online, “protegida” – como menciona Turkle – pela tela.

Isto posto, parto do entendimento da internet como cultura e artefato cultural, nos termos de Christine Hine (2004), atentando para a inserção da tecnologia no cotidiano e seus

significados culturais em diferentes contextos. Isso equivale verificar que tanto o acesso quanto a aplicação das mídias digitais variam de acordo com as expectativas sociais e que, enquanto objeto de investigação sociológica devemos perguntar, conforme aponta Richard Miskolci (2011, p.15): “O que leva ao uso da rede? a que demandas individuais, mas também coletivas, seu uso vem atender?”

A metodologia dessa pesquisa combinou diferentes métodos. No primeiro universo empírico, recuperei registros históricos sobre o apoio emocional nas mídias impressas e eletrônicas através de resgate de trabalhos acadêmicos que versam sobre o tema com a finalidade de lançar elementos peculiares que as mídias digitais assumem quanto ao meu objeto de pesquisa. Além disso, conduzi análises de cunho qualitativo dos discursos do site *Cérebro Masculino* e do blog *A Capa*. Coletei material referente aos aconselhamentos nessas plataformas durante dois anos de pesquisa e no caso do site *Cérebro Masculino* consegui realizar cinco entrevistas com mulheres que interagem na página do *Facebook* do blog e duas com os editores. Todavia, como o blog não tinha o propósito de formar redes entre as leitoras, tais entrevistas foram feitas e analisadas no sentido de contribuir com a constatação do perfil das usuárias, o que, aliado às narrativas presentes nos conselhos me permitiram inferir pelas experiências das leitoras aspectos que elas têm em comum e que as motivaram a buscar por esse tipo de apoio emocional.

De modo semelhante, no site *A Capa*, o campo foi realizado por análise do discurso dos conselhos veiculados no site, os quais também por meio de análises conduzi investigações que culminassem nos fundamentos pelos quais tal público se aglutinava nessa modalidade. Empreendi tentativas de acessar os usuários do mesmo modo que pelo *Cérebro Masculino*, porém, não obtive sucesso, o que evidencia o quanto para esse público em específico houve resistências de interagirem comigo. Além disso, ao passo que o *Cérebro Masculino* permite que as leitoras/es possam fazer comentários nos textos através da página do *Facebook*, o que as identifica e me ampliava chances de obter contato, pelo site *A Capa*, as interações nos textos são anônimas e os leitores que curtiam a página do site no *Facebook*, com os quais empreendi contatos se revelaram infrutíferos, o que aponta para relutâncias desse público em específico de interagirem de forma não anônima para além daquela plataforma.

No segundo universo de pesquisa, realizei entrevista presencial, por *Skype*²¹ e e-mail com membros do NPPI e profissionais liberais da área de psicologia que realizam

²¹ Skype é um programa pertencente à empresa de informática Microsoft que permite comunicação pela Internet através de mensagens instantâneas e videoconferências. Substitui o antigo programa de troca de mensagens instantâneas MSN Messenger, que também possuía à Microsoft desde Março de 2013.

atendimento através da internet. Ao todo foram realizadas sete entrevistas, com roteiro semiestruturado que buscava captar elementos que constituem os usos das mídias digitais como apoio emocional no âmbito dos discursos dos profissionais que se utilizam dessa mídia com a finalidade de promoverem orientação psicológica. Além disso, coletei material no site do Núcleo para verificar sua produção acadêmica sobre as tecnologias em interface com a psicologia, o que me possibilitou verificar perspectivas do modo como essa modalidade se situa na discussão e embate sobre o apoio emocional pelas mídias digitais.

No terceiro universo, obtive mais interação com os usuários e usuárias das comunidades online. A pesquisa com a *Cabana* foi realizada através de entrevistas de acompanhamento pelo meu *Facebook*. Obtive contato com os usuários pela página da comunidade no *Facebook*, a partir da qual selecionei homens que mais interagiam naquela plataforma e iniciava meus contatos com homens que participavam da comunidade, os quais posteriormente me apresentavam outros membros. Entrevistei ao todo quinze homens, dos quais cinco mantive contato mais duradouro durante os anos de pesquisa, com os quais interajo também por outras plataformas digitais, como o *Whatsapp*²² e uma mulher que se relaciona com um deles. Acessei aos conteúdos abertos ao público em geral no site *Papo de Homem* sobre a *Cabana*, que descreviam suas atividades e apresentavam alguns textos sobre o que circulava dentro da dinâmica da comunidade. Na comunidade *O LUGAR* realizei incursões etnográficas nos fóruns online que permitia a entrada de mulheres e dois eventos presenciais realizado aos finais de semana em São Paulo.

A possibilidade de conhecer pessoalmente alguns interlocutores de pesquisa que já mantinha conversas online aconteceu mediante um evento inaugural da comunidade *O LUGAR* em São Paulo que contou com a participação de alguns membros da *Cabana*. O encontro ocorreu em um final de semana do mês de abril em que foram realizadas atividades de yoga, meditação, dança de salão e conversas informais em um bar da Vila Madalena. No momento em que cheguei ao local marcado para o primeiro dia me deparei com dois homens e uma mulher que logo se apresentaram como pessoas que acompanham o site *Papo de Homem* há algum tempo e que estavam ali curiosos com as pessoas que surgiriam e com o que o encontro poderia lhes proporcionar.

²² O *Whatsapp* é um aplicativo para smartphones por meio do qual os sujeitos podem estabelecer conversas síncronas e assíncronas com as pessoas da agenda telefônica do aparelho. O app permite troca de mensagens de texto, voz, compartilhamento de fotos e vídeos e criação de grupos fechados de discussão.

Bernardo de início se nomeia como “*tiete dos caras*”, como alguém que admirava o site há algum tempo e mantinha contato apenas online com os editores. No instante em que soube que eu estava ali com a finalidade de pesquisa logo faz suas considerações: “*ah, então você está aqui para nos observar e nos analisar...somos suas cobaias*”. Essa não foi a única vez que me deparei com a associação dos interlocutores com o termo cobaia, que embora não utilizado de forma pejorativa, como justificado por alguns/as entrevistados/as, me alocava a uma posição de alguém que estava ali para observar e investigar, colocando à prova de teorias sociológicas tudo o que visualizava. Se essas questões já eram colocadas a mim enquanto eu realizava a pesquisa *online*, me inquietava o modo como respondê-las no universo *off-line*, exposta a interpretações e julgamentos sobre mim que viriam espontaneamente, sem edição de texto ou fronteiras impostas pelo uso das tecnologias. Como me colocar enquanto pesquisadora evitando as associações hierárquicas comumente estabelecidas entre sujeito e objeto?

A constante demanda para que eu usufrísse pessoalmente das práticas e discursos incitados pela comunidade denunciava inseguranças de que qualquer avaliação considerada como científica pudesse ruir com um tipo de apoio emocional não pautado pela *expertise* profissional. As indagações sobre relações de posições entre pesquisadora e interlocutores/as, em última instância, também são indicativas de um escrutínio ao qual mulheres que não façam parte daquela rede inicial centrada nas relações entre homens e, a partir de então, englobando suas parceiras na maioria dos casos, devam ser submetidas para não corromper as moralidades ali sustentadas. Em outras palavras, eu estava sendo testada duplamente: pela minha capacidade de socióloga de lidar com uma relação em que os sujeitos pesquisados devam ser tratados como “cobaias”, mas principalmente pela minha capacidade de ser mulher naquele espaço, ainda naquele momento, generificado. Destacando a necessidade de problematizar a inserção do pesquisador em campo no que tange à pesquisas com mídias digitais lidando com gênero e sexualidade, Zago e Santos refletem sobre

A posição e os corpos dos pesquisadores, isto é, o lugar da investigação da ‘verdade’ (sobre corpo, gênero e sexualidade) que os pesquisadores supostamente ocupam e os próprios corpos dos pesquisadores como categorias de análise na pesquisa (um pesquisador com corpo, com gênero e com sexualidade).

No caso de sua pesquisa, lidando com o uso de plataformas digitais de relacionamento homossexual, o passaporte de entrada ao campo foi a sexualidade do pesquisador, que teve que assumir-se gay para obter acesso aos entrevistados. Embora meu campo não me impusesse a necessidade de “sair do armário” como um meio de obter acesso aos

interlocutores, foi indispensável negociar minha permanência no grupo através de relatos sobre minha vida pessoal, colocando minha experiência enquanto usuária, demonstrando afinidades e executando as práticas corporais indicadas.

Assim, me apresentei enquanto socióloga interessada em desenvolver pesquisa, porém me amparei na importância de analisar minha inserção etnográfica em campo, assumindo uma espécie de compromisso com a experimentação pessoal d'*O LUGAR*. Tal posicionamento assegurou uma tranquilidade maior por parte dos coordenadores e membros da comunidade, que de início ficaram amedrontados com minha chegada enquanto representação de um conhecimento acadêmico e específico que os estudaria. O contato off-line não apenas solicitou que eu obtivesse acesso a uma série de práticas oriundas de estilos de vida influenciados por filosofias budistas, que até então não tinha experimentado, como yoga e meditação, mas, sobretudo, desnudou aspectos que eu tinha em comum com meus interlocutores.

Nesse sentido, Zago e Santos (2011, p. 48) revisam autores que lidam com etnografia e mídias digitais e chama a atenção para dois pontos importantes na condução da “auto-análise” do pesquisador: posicionalidade que leva em consideração a posição do pesquisador em relação aos sujeitos pesquisados e reflexividade, como prática consciente que dá a oportunidade de refletir sobre suas histórias pessoais e posturas teóricas e sobre a forma como influenciam na pesquisa. Ambos os conceitos são significativos para minha auto-análise, na medida em que ora era interpelada a assumir uma postura de analista do contexto e do perfil das pessoas que fazem parte d' *O LUGAR*, ora assumia a conduta de quem era lançada ao divã.

Dessa forma, se na pesquisa com a *Cabana* assumi uma postura mais observadora, o que em alguns momentos facilitou a dinâmica das relações e em outras prejudicou devido às desconfianças dos interesses de uma pesquisadora no grupo, dessa vez a metodologia de pesquisa implica a possibilidade de experimentar como usuária a comunidade, porém esclarecendo meus interesses de pesquisa e mantendo o método do consenso de negociar os termos do que é dito e o que não é dito.

O campo d'*OLUGAR* aponta para um cansaço de experiências sociais que se dão apenas no âmbito do trabalho ou exclusivamente das mídias digitais, demonstrando assim como a entrada na comunidade é vislumbrada pela possibilidade de saída desse universo limitado de pessoas que buscam inserção social em São Paulo e que buscam estabelecer redes moldadas também por interesses comuns. Essas redes representariam para esses/as

usuários/as, portanto, uma segurança subjetiva que procuram na cidade em que estão se estabelecendo profissionalmente, conforme aprofundarei em capítulo específico.

No que tange ao meu campo na *Cabana* em que mantive contato pelo *Facebook* sem participar como usuária dos fóruns e eventos presenciais, foi interessante notar como obtive abertura para manter conversas de acompanhamento com meus interlocutores. O perfil dos entrevistados se mostrou diferente do encontrado n’*O LUGAR*, com faixa etária mais jovem, de rapazes com idades em torno de 21 a 34 anos, que no momento da entrevista estudavam ou trabalhavam com as áreas de informática e marketing e que se interessaram pela *Cabana* como um modo de aprenderem a conquistarem mulheres. Talvez por conta dessa finalidade eu tenha conseguido manter contato com alguns rapazes que durante o processo de entrevista demonstravam de certo modo algum interesse em conversarem comigo, me cortejando e manifestando o desejo de sustentar longas conversas sobre minha vida afetiva e até mesmo de me conhecerem pessoalmente. Ainda que não flertassem comigo e não tivessem essa intenção a todo instante, nossa relação era mantida por uma ideia de confiança e intimidade, que geravam confissões como: “*eu sinto que já converso contigo como se já te conhecesse de vários barzinhos!*”.

Contudo, não posso dizer que havia propriamente a transferência de uma posição de analista terapêutica para mim enquanto pesquisadora, mas sim uma necessidade de saberem mais sobre a pesquisa, o que muitas vezes vinha com ar de desconfiança e principalmente uma necessidade de construir uma boa imagem da *Cabana* para mim. O interesse de uma pesquisadora em um grupo masculino gerava insegurança por parte de alguns usuários, os quais soube posteriormente que se consultavam através de um grupo fechado no *Facebook* sobre as possibilidades e limites do que falaria a uma mulher, “*a tal da socióloga*” que os estava pesquisando. Solicitei a entrada na *Cabana* aos seus coordenadores em 2011, quando estava em busca do campo de pesquisa, contudo, tal pedido me foi negado, justificando-se por se tratar de um grupo exclusivamente masculino, abrindo possibilidade apenas de que eu pudesse entrar para a *Cabana* feminina, projeto que idealizavam naquele momento. Logo, me perguntava como conduziria a pesquisa, já que não poderia acessar ao ambiente *online* da *Cabana* pelo fato de ser mulher. Apesar da ideia comumente sustentada de que nos ambientes virtuais podemos ser quem quisermos, o que justificaria minha inserção caso eu construísse uma identidade masculina *online*, a pesquisa estaria seriamente comprometida no aspecto ético e inevitavelmente seria afetada em suas questões metodológicas.

Apesar de não ter acesso aos fóruns de discussão *online*, portanto, consegui coletar material disponível no site do *Papo de Homem* referente às práticas e discursos endossados pelo grupo, e iniciei meus contatos com os usuários através da página da comunidade no *Facebook*. Comecei a observar essa página e adicionar os contatos dos usuários ao meu perfil pessoal com a finalidade de perceber como eles lidavam com a internet, assimilar suas posturas para tentar aproximações e entrevistas mais aprofundadas. Desse modo, considero, assim como Luiz Felipe Zago (2013) em sua tese de doutorado, a produção de dados da pesquisa como objeto de reflexão e análise.

Diante disso, quando questionava aspectos internos da *Cabana*, era logo advertida de que o não poderiam mencionar nada que acontecia na comunidade propriamente dita. No artigo citado anteriormente em que Zago e Santos (2011) retomam como aspectos éticos de pesquisa, são discutidas as implicações de lidar com assuntos relacionados à esfera da intimidade com métodos adequados às Ciências Humanas e Sociais que suplantem a importação acrítica do modelo biomédico de ética em pesquisa que prevê o uso do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Esse termo tem sido muito discutido nas Ciências Sociais, em especial pela antropologia, revelando que trabalhamos com pesquisas “com” seres humanos e não “em” seres humanos (OLIVEIRA, 2004). Nesse caso, propor que um interlocutor assine um Termo de Consentimento pode muitas vezes constrangê-lo e fechar a possibilidade de estabelecer uma relação de confiança entre pesquisador e sujeitos colaboradores da pesquisa. É nesse contexto que Zago propõe um “método de consenso”, em que

O/a pesquisado/a possa ‘consentir livre e esclarecidamente’ a participar da pesquisa ou a deixá-la em qualquer momento; que negocie com o/a pesquisador/a as perguntas feitas e as respostas dadas; que o pesquisado/a possa também fazer perguntas ao pesquisador/a e, talvez, pedir informações sobre a perspectiva teórica adotada na análise dos dados. Sobretudo, o método do consenso, no âmbito das pesquisas que vimos realizando, é um método em que a relação entre pesquisador/a e pesquisado/a é construída principalmente em referência ao contexto no qual se desenvolve a pesquisa (seu objeto, os dados produzidos, a abordagem teórica das análises), e não somente em relação estrita a um conjunto de normas e regras prévia, externa e burocraticamente imposto, que enrijece e cristaliza os lugares, direitos e deveres tanto do/a pesquisado/a quanto do/a pesquisador/a. [...]. Por essa razão, a ética metodológica nesse tipo de pesquisa precisa ser uma que privilegie a flexibilidade e a construção consensual de limites entre pesquisador/a e pesquisado/a. no método consensual de pesquisa, o/a pesquisador/a faz da própria ética um instrumento de pesquisa a ser construído em conjunto com o/a pesquisado/a. (ZAGO; SANTOS, 2013, p. 46).

Entre aproximações, dificuldades e dilemas éticos que essa pesquisa envolve, optei pelo “método do consenso” construído conjuntamente entre eu e meus colaboradores, respeitando os limites do que gostariam de expor e até que ponto colaborariam com a pesquisa. Essa postura gerou confiança e afastamentos, solicitações de desligar o gravador, ameaças de processo judicial entre outras situações comuns que lidam com pesquisas que apontam para intimidades e emoções. A estratégia mais adequada nesse âmbito me parece ser aquela que reflete sobre minha entrada e minha vivência enquanto sujeito situado no campo de pesquisa, atentando principalmente para os elementos de gênero que configuram um campo marcadamente masculino. Tais análises serão apresentadas mais profundamente no quinto capítulo que trata especificamente sobre a pesquisa realizada com a *Cabana*.

No que tange a aspectos metodológicos foi possível observar que mesmo que o campo de pesquisa se modifique, os sentidos de preservação das redes de sociabilidade antes presentes na *Cabana* parecem permanecer. Os limites da pesquisa etnográfica centrada apenas no estudo das plataformas se apresentam como desafio, em especial para pesquisas que concebem a importância de adotar o conceito de experiência também em sentido metodológico, realçando os usos mais do que as mídias em si. Desse modo, a alteração do foco da comunidade que passou agora a se centrar em estudos sobre meditação, entre outras práticas, ao invés de propor como um dos eixos fundamentais as relações afetivo-sexuais em uma plataforma que não mais existem apenas homens indica a segurança de que os relacionamentos não serão mais expostos do mesmo modo como na *Cabana*. Logo, é possível identificar que há uma preservação do grupo que constitui as comunidades para além de seus usos restritos, haja vista que a partir da experiência dos usuários se dão fluxos de relações que modificam suas dinâmicas.

Não obstante, os fluxos se revelaram para além do universo empírico no qual realizei pesquisa etnográfica, indicando o quanto esse conceito deve ser tido metodologicamente como fundamental na pesquisa, sobretudo para entender o quanto o mercado de apoio emocional pelas mídias digitais traduz movimentações mais dinâmicas que em outras mídias. O blog *Cérebro Masculino* demonstrou agregar os conselhos e todo o conteúdo do blog com publicações de livros e consultorias de beleza que os editores promovem. Além disso, o blog tem parcerias com outros direcionados para o público masculino, com os quais conta para escreverem textos conjuntamente, alavancando fluxos de conselheiros e até modalidades de apoio, já que adentraram ao mercado editorial recentemente através de livros de autoajuda

direcionado para mulheres. No que tange as leitoras, o blog é uma porta de entrada pela qual aliam outras plataformas que oferecem mais interação e estabelecimento de redes de sociabilidade, como o *Facebook* que revelaram o quanto usavam bastante e possivelmente outras plataformas que apresentam público semelhante como o Bolsa de Mulher, rede social específica para mulheres que compartilham experiências em redes de ajuda mútua, como pesquisado por Facioli (2013), que também culmina em grupos no *Whatsapp* para manterem o contato constantemente. A *Capa*, por sua vez, assinala fluxos que desembocam em plataformas de busca de parceiros afetivo-sexuais e sites eróticos que podem facilitar redes de sociabilidade. No caso dos profissionais, o campo realizado desvendou fluxos no que se referem à recepção da internet comercial no Brasil e discursos normalizadores de seu uso elaborados por profissionais da área de psicologia. Conjuntamente a isso, verifiquei o desenvolvimento da busca por apoio emocional profissionalizado que desembocaram em discursos sobre vícios em períodos nos quais a internet se disseminava, o que possibilitou que essa área elaborasse normas de orientação psicológica e ainda que entrasse na disputa por apoio emocional pelas mídias digitais.

Dessa forma, o campo revela a necessidade de focar nos usos das mídias digitais para descobrir os sentidos sociais que lhes são atribuídos. A experiência social dos usuários se dá e também modifica as dinâmicas de usos das plataformas, haja vista que foi possível identificar como os usuários passaram por um percurso de vida com demandas diferentes solicitadas para cada modalidade de apoio constituída digitalmente. Ademais, tais fluxos possibilitam a verificação de moralidades e discursos específicos sobre os usos das mídias digitais em cada universo de pesquisa que apresentam um contexto no qual há uma segmentação do apoio emocional.

Estrutura da tese

Essa tese está dividida em seis capítulos nos quais conceituo o apoio emocional e discuto resultados dos universos empíricos da pesquisa, articulados com análise teórica com base no referencial apresentado nessa introdução.

No primeiro capítulo “*Por uma perspectiva genealógica das emoções na definição do apoio emocional*” esboço uma genealogia das emoções e dos modos como foi administrada histórica e socialmente para entender a emergência da problemática das relações amorosas no cenário capitalista, no intuito de definir o que entendo por apoio emocional, conceituado nesse

capítulo. Ao final, recupero registros históricos e analíticos de apoio emocional em outras mídias para lançar elementos que as mídias digitais apresentam e por fim, definir as modalidades que constituem os três universos empíricos de pesquisa. Nesse capítulo, adoto o termo relações amorosas de acordo com a concepção de Illouz, em se tratando de relações cujo vínculo é estabelecido pelo amor, em consonância com práticas de consumo. Porém, nos demais capítulos que seguem, adoto o termo relações afetivo-sexuais, por entender que no caso do meu campo, as relações se encontram não apenas situadas no mercado de consumo, definindo termos de relações amorosas, mas sim, podem se configurar enquanto relações de vínculos afetivos e sexuais, sem laços consolidados e que estão, sobretudo, à margem dos rituais românticos tratados por Illouz.

No segundo capítulo *“Para entender o Cérebro Masculino: conselhos para ‘mulheres em julgamento’”* analiso o primeiro objeto de análise sobre os consultórios sentimentais digitais, o blog *Cérebro Masculino*. No terceiro capítulo *“Terapia sexual: essencialismos e heteronormatividades nos conselhos de A Capa”* analiso a coluna *Psicólogo Pedrosa responde* contida no site *A Capa*, que se direciona para o público homossexual e é mais acessado por homens.

No quarto capítulo *“Apoio emocional no entendimento dos profissionais de psicologia: ressignificações e moralidades dos usos das mídias digitais”* me concentro na análise da sobre a inserção de profissionais de psicologia no apoio emocional pelas mídias digitais. No quinto capítulo *“Cabana e redes de sociabilidade masculinas: apoio emocional, camaradagem e segredo”* inicio a investigação sobre as comunidades online, as quais assumem contornos de redes de sociabilidade que estabelecem fluxos entre plataformas e sujeitos. No capítulo que segue, *“O LUGAR como uma praça do interior’: a inserção de mulheres e reconfiguração das redes de apoio”* investigo como essas redes parecem estar mais constituídas e começam a se expandir para a entrada de mulheres em um cenário cujo foco de auxílio às relações afetivo-sexuais se desloca para redes de apoio e práticas corporais supracitadas.

Por fim, nas *“Considerações Finais”* faço um balanço entre as análises realizadas nos capítulos anteriores e aponto para um fechamento na discussão da hipótese anunciada, com a finalidade de concluir a tese, no sentido de averiguar os contextos que se apresentam e assinalar os itinerários e segmentações pelos quais o apoio emocional se insere na discussão sobre mídias digitais.

1 Por uma perspectiva genealógica das emoções na definição do apoio emocional

O entendimento das emoções enquanto conceito é algo recente, conforme constatou o historiador Thomas Dixon (2003, p. 10) Proveniente apenas do século XIX enquanto categoria psicológica propriamente dita, as emoções do modo como são concebidas nas sociedades contemporâneas não estão livres de uma origem discursiva. Para entendê-las e, sobretudo, localizar o que denomino de apoio emocional pelas mídias digitais, é necessário atentar para os contextos históricos que permitiram sua emergência enquanto problematizações sociais. Nesse capítulo pretendo lançar luz a esse conceito histórico com o intuito de esboçar elementos para uma genealogia do que denomino como apoio emocional.

Em conformidade com o eixo das relações amorosas pelas quais o apoio emocional se baseia já apontado na introdução, sugiro tratar como se deu a constituição de um processo de racionalização e psicologização das emoções a partir do processo civilizador esmiuçados na obra de Norbert Elias (1993;1994). Abordo esse processo em consonância com o posterior desenvolvimento das sociedades capitalistas do século XX, que configurou as relações amorosas em um contexto de mercado e, por conseguinte, (re) definiu as práticas de apoio emocional num âmbito profissionalizado e midiático de alcance comercial. A partir desse aporte, pretendo lançar luz aos modos pelos quais o amor romântico surge como problemática de análise das relações sociais dentro do que Illouz (1997) considera como uma utopia capitalista, e aponta para sua centralidade enquanto busca por apoio emocional nas sociedades contemporâneas desde o século XX. O trabalho de Costa (2005), e especialmente o de Adelman (2011), são importantes nesse aspecto por ampliar as análises de Illouz para os significados subjetivos que o amor assume nas relações, e principalmente, para compreensão de sujeitos e relações que estão à margem dos rituais oferecidos pelo mercado.

Posteriormente, o conceito de trabalho emocional cunhado por Hochschild (2003) se revela útil, na medida em que permite situar as emoções dentro de um contexto social que exige uma dedicação no enquadramento das exigências sociais, tratadas aqui nesse trabalho de modo diferenciado de acordo com as diferenças. A proposta de levantar elementos para um esboço de genealogia que articula a emergência de lidar com as emoções em inter-relação com a problemática do amor se faz imprescindível para conceituar o que entendo nessa pesquisa de apoio emocional e destrinchar suas configurações nas mídias digitais.

Pensar em termos genealógicos, portanto, equivale atentar para a formação e transformação dessas problematizações à respeito do apoio emocional articulado à esfera amorosa a partir de práticas e relações sociais, buscando também as rupturas, discordâncias, continuidades e descontinuidades pelas quais o manejo das emoções se situa historicamente. A história genealógica permite, assim, não apenas desconstruir as universalidades, como evidenciar diferentes formas de apoio que convivem entre si e à quais sujeitos se delimitam. Genealogia, nos termos foucaultianos, pode ser definida como:

O acoplamento do conhecimento com as memórias locais, que permite a constituição de um saber histórico das lutas e a utilização deste saber nas táticas atuais. Nesta atividade, que se pode chamar genealógica, não se trata, de modo algum, de opor a unidade abstrata da teoria à multiplicidade concreta dos fatos e de desclassificar o especulativo para lhe opor, em forma de cientificismo, o rigor de um conhecimento sistemático. Não é um empirismo nem um positivismo, no sentido habitual do termo, que permeiam o projeto genealógico. Trata-se de ativar saberes locais, descontínuos, desqualificados, não legitimados, contra a instância teórica unitária que pretenderia depurá-los, hierarquizá-los, ordená-los em nome de um conhecimento verdadeiro, em nome dos direitos de uma ciência detida por alguns. As genealogias não são, portanto retornos positivistas a uma forma de ciência mais atenta ou mais exata, mas anti-ciências. (FOUCAULT, 2013, p. 267-268).

Dito isto, uma dimensão genealógica permite analisar as formas de problematização concernentes a formação efetiva dos discursos de determinados objetos de estudo a partir de suas práticas e de suas modificações, tal como fez Foucault com relação à sexualidade, loucura, clínica e técnicas disciplinares. Essa perspectiva desvela as relações entre saber e poder e no que interessa especificamente para este trabalho fornece subsídios para uma análise dos discursos sobre as emoções no âmbito do apoio e seus efeitos de poder nos sujeitos. Isso implica interrogar à respeito das emoções em dois níveis: “o de sua produtividade tática (que efeitos recíprocos de poder e saber proporcionam) e no nível de sua integração estratégica (que conjuntura e que correlação de forças torna necessária sua utilização em tal ou qual episódio dos diversos confrontos produzidos)” (FOUCAULT, 1999, p. 97).

Assim, as “emoções” devem ser compreendidas como discursivamente construídas, de modo que induzam a práticas sociais. O vocabulário emocional que diferentes sociedades empregam para os variados estados emocionais conferem a estes seus significados culturais e prescrevem o que e como as pessoas devem sentir (regras ou normas emocionais) e como se deve manifestar (regras ou normas de expressão) em certos contextos, de modo que está

intrinsecamente ligado a uma ordem moral, e é em relação ao sistema de normas, regras, direitos e deveres que se estabelece uma diferenciação, avaliação e prescrição de emoções.

De acordo com Hochschild (2003, p. 82):

As regras de sentimento (*feeling rules*) definem o que nós imaginamos que devemos e não devemos sentir e gostaríamos de sentir em uma série de circunstâncias; elas mostram como nós julgamos os sentimentos. Regras de sentimento diferem de regras de expressão. Uma regra de sentimento governa como nós sentimos enquanto uma regra de expressão governa como nós expressamos o sentimento.

Nesse aspecto, as emoções, longe de serem entendidas como entidades essencializadas, estão inseridas em contextos sociais que denominam, sobretudo, as regras de sentimento as quais os sujeitos devem se submeter diante das relações sociais. O esforço de considerá-las desse modo insere a discussão sobre apoio emocional na dimensão em que suscita uma revisão das emoções e conseqüentemente sua possível administração de acordo com o que é socialmente esperado ou ainda, uma possível ruptura com tais padrões.

A concepção de emoções enquanto termo e conceito específico foi objeto de análise do historiador inglês Thomas Dixon (2003). Apesar do conceito já ser notado em textos de Hume e Adam Smith, em geral como sinônimo de paixões (Cf. Andrade, 2011, p. 124), Dixon descreve uma história específica desse termo e de seu uso teórico autônomo para averiguar sua diferença de outras concepções como paixões, sentimentos e afetos. As emoções enquanto categoria de análise dos sujeitos emergiu apenas nos anos de 1820 e ganhou um amplo uso com a apropriação do conceito na segunda metade do século XIX pela psicologia física e pelo evolucionismo biológico. Contudo, apenas

Em torno de 1850 a categoria “emoções” havia subsumido “paixões”, “afetos” e “sentimentos” no vocabulário da maioria dos teóricos psicológicos de língua inglesa. Ele havia se tornado o mais popular termo teórico padrão para fenômenos como esperança, medo, amor, raiva, ciúmes e uma larga variedade de outros. (DIXON, 2003, p. 98).

O processo pelo qual as pulsões foram manejadas e culminaram em uma racionalização das emoções foi tratado por Elias com relação ao Antigo Regime das sociedades europeias, em períodos anteriores ao termo ser localizado discursivamente nos períodos destacados por Dixon. Em suma, as emoções assumiram posição importante no processo civilizador das sociedades ocidentais. Segundo Elias (1994, p. 15), houve uma relação intrínseca entre os processos de psicogênese e sociogênese, ou seja, circunstâncias pelas quais as emoções

individuais foram incitadas a serem manejadas de acordo com a interação social coletiva contribuindo para a constituição das civilizações ocidentais.

O processo específico de crescimento psicológico nas sociedades ocidentais, que com tanta frequência ocupa a mente de psicólogos e pedagogos modernos, nada mais é do que o processo civilizador individual a que todos os jovens, como resultado de um processo civilizador social operante durante muitos séculos, são automaticamente submetidos desde a mais tenra infância, em maior ou menor grau e com maior ou menor sucesso. A psicogênese do que constitui o adulto na sociedade civilizada não pode, por isso mesmo, ser compreendida se estudada independentemente da sociogênese de nossa “civilização”. Por efeito de uma “lei sociogenética” básica, o indivíduo, em sua curta história, passa mais uma vez através de alguns dos processos que a sociedade experimentou em sua longa história.

As transformações ocorridas com o advento da burguesia ao poder permitem avaliar a relação entre amor romântico e capitalismo, especificamente, no que se refere às relações entre mercado e emoções. Eva Illouz (1997; 2007; 2011) se concentra no aspecto que considera fundamental das sociedades modernas, apontando para “as descrições ou os relatos do advento da modernidade em termos dos afetos” (ILLOUZ, 2011, p. 7) que construíram a ideia do que ela denomina de capitalismo emocional, como cultura em que as práticas e discursos emocionais e econômicos se configuram reciprocamente e produzem um amplo movimento em que o afeto se converte em elemento constitutivo do comportamento econômico, enquanto que a vida emocional das classes médias americanas – objeto de seus estudos - segue uma lógica de intercâmbio com as relações econômicas. A obra *Consuming the romantic utopia* de Eva Illouz (1997) localiza essa articulação com o objetivo de examinar como o que a autora designa de “emoções românticas” dizem respeito às esferas da cultura e do capitalismo, isto é, os modos pelos quais se tem difundido desde o início do século XX um ideal de amor através de práticas de consumo de bens e lazer. Seu argumento principal é importante para entender de que forma o amor romântico esculpe o espaço emocional da experiência moldada por símbolos, valores e relações de classe de sociedade americana capitalista e, com isso adquire significados de acesso à utopia, conceito assim definido:

A utopia é um reino da imaginação em que os conflitos sociais são simbolicamente resolvidos ou apagados através da promessa e da visão de harmonia final, em ambas as relações políticas e interpessoais. A utopia utiliza poderosos símbolos emocionais, metáforas e histórias que permeiam tanto o grupo como a imaginação individual, tem poder vinculativo na medida em que orienta a ação individual e coletiva. Mas para os símbolos utópicos ter poder vinculativo, eles devem descansar em uma configuração das relações sociais que os torna relevantes para a ordem social. No nosso caso, essa configuração foi o "encontro" entre o inchaço de mercados

consumidores de lazer evoluindo as definições de família, intimidade e sexualidade (ILLOUZ, 1997, p. 48).

Ao contrário de Engels e Marx, assim como do posterior desenvolvimento desse referencial identificado na Escola de Frankfurt, que operam com a perspectiva de que o “verdadeiro” amor romântico floresce apenas da total separação entre interesse e sentimento, liberado da propriedade privada e de qualquer intuito material, caracterizando-o como uma utopia social livre do capitalismo, Illouz (1997, p. 7) verifica que o “amor ainda é uma das mais importantes mitologias do nosso tempo”. Em síntese:

Nas sociedades capitalistas, o amor contém uma dimensão utópica que não pode ser facilmente reduzido a "falsa consciência", ou ao poder presumido de ideologia para recrutar os desejos das pessoas. Em vez disso, o desejo de utopia no coração do amor romântico possui afinidades profundas com a experiência do sagrado. Como Durkheim tem sugerido, tal experiência não desapareceu de sociedades seculares, mas migrou da religião a outros domínios da cultura. O amor romântico é um local deste deslocamento. Paradoxalmente, esta "sacralização" do amor secularizada ocorreu ao mesmo tempo em que o romance estava sendo despojado dos significados há muito emprestado de religião institucional. Na virada do século XX, o amor romântico deixou de ser um "altar" pelo qual os amantes "consagravam" um culto concebido nos termos de devoção cristã. No processo de se tornar secular, o romance tomou as propriedades do ritual: ele começou a desenhar em temas e imagens, oferecendo acesso temporário a uma poderosa utopia coletiva de abundância, individualismo e uma criativa auto-realização, e esses significados utópicos foram experimentados através da realização cíclica de rituais de consumo. (ILLOUZ, 1997, p. 7-8).

Entretanto, a proveniência do que se pode considerar como eixos de uma utopia romântica precedem o capitalismo em si. Antes da expansão do individualismo do capitalismo comercial e industrial, o amor romântico apregou o individualismo moral por meio da autonomia na escolha do/a parceiro/a afetivo, um valor de suma importância para a visão de mundo do capitalismo industrial (ILLOUZ, 1997, p. 9). Na sociedade vitoriana o amor romântico era percebido como uma força subversiva ameaçando a ordem moral, o que culminou na Cultura Ocidental, com a sugestão de que teria uma aura de transgressão, sendo elevado ao status de valor supremo. Por outro lado, as noções de amor também eram permeadas por ideias de autenticidade, expressão do íntimo eu, como modo de atingir a perfeição espiritual, apontando para uma associação entre discursos românticos com valores e metáforas religiosas. Esse entrelaçamento entre discursos amorosos e religião se manteve durante as duas primeiras décadas do século XX. Conforme a centralidade da religião ia decaindo no final do século XIX e começo do XX, o amor romântico inevitavelmente era levado junto pela nova onda de secularização.

Os temas da abnegação, sacrifício, idealismo eram cada vez mais deixadas de lado. O amor romântico deixou de ser apresentado nos termos do discurso religioso, no exato momento em que começou a desempenhar um papel central na cultura em geral. De fato, na opinião de alguns historiadores, o romance substituiu a religião como o foco da vida diária. (IDEM: 29).

Para os vitorianos, então, o amor estava no cerne de uma moralidade contida, a qual era um modo de alcançar auto-conhecimento e edificação espiritual. Ao passo que o século XX se aproximava, todavia, o que era considerado romântico passou por uma transformação fundamental: o amor começou a ser representado não só como um valor em si, mas como um motivo importante para a busca da felicidade, agora cada vez mais definido em termos individualistas e privados das relações afetivas. Em contraposição à representação anteriormente moralista e melodramática de amor, as representações do século XX em filmes e revistas, levam adiante um desenvolvimento visto pela primeira vez no teatro do século XIX, equiparado com a felicidade pessoal e a afirmação de si mesmo (ILLOUZ, 1997, p. 29).

Dessa forma, ao contrário de narrativas vitorianas do amor, as experiências românticas pautadas no lazer e no consumo não continham um programa de auto-conhecimento, mas ofereciam modelos para as práticas de encontros amorosos. A visão de que o amor requer introspecção, uma revelação gradual de intimidade, e o esforço de conhecer outra pessoa foi alterada para uma experiência amorosa que se dava na esfera pública de lazer, na qual os encontros amorosos estavam inseridos em práticas de consumo massivo de “rituais amorosos”, principalmente a partir da instituição do “*dating*”²³, que libertou o encontro entre os amantes da esfera familiar, a qual o limitava, situando-o em práticas como ir ao cinema, jantar à luz de velas, etc. o que indica um cenário público para o desenrolar do enredo amoroso.

No que tange ao entendimento do amor ancorado nas relações de introspecção e intimidade entre os parceiros amorosos, com a entrada no século XX, o conhecimento de si e do outro estavam cada vez mais conduzido por orientações marcadas pelos novos discursos da psicologia e as ciências sociais. O efeito disso tornou a experiência do amor inteligível em termos derivados de mercado relacionado com a psicologia, o que não necessariamente anuncia uma deterioração do sentimento de amor, mas o inaugura – nos termos de Illouz (1997: 48) - na sua forma pós-moderna. O resgate histórico, bem como análise de produtos publicitários, revistas e filmes feitos por Illouz possibilita constatar que nas sociedades do

²³ Dating é uma expressão inglesa para designar o encontro amoroso entre casais na esfera pública, geralmente caracterizado por “rituais” inseridos no mercado capitalista – nos termos de Illouz – que compreendem práticas como ir ao cinema, jantar, etc.

século XIX o amor romântico era concebido como paixão que deveria ser controlada, pois ameaçaria a ordem social vigente, e a literatura, por sua vez, assumia o caráter de difundir representações melodramáticas que orientavam tal concepção e vivência do amor romântico. Ao passo que, com o advento da sociedade capitalista de consumo (em particular a sociedade americana), o amor aparece vinculado a um aspecto hedonista de lazer, o qual revistas, publicidades, filmes e práticas de lazer fornecem elementos que guiam a experiência amorosa.

Nesse contexto marcado pelo consumo e preponderância de discursos psicologizados a respeito do amor, emerge o que Illouz designa de “etos híbrido” como elemento fundamental que marcará as experiências afetivas no cenário capitalista, combinando ideias de trabalho e auto-controle emocionais com prazeres da esfera do consumo. Esse etos foi inaugurado tanto pela possibilidade de escolha afetiva, quanto pela noção de que os/as parceiros/as nas relações devem ser compatíveis e companheiros/as, compartilhando, sobretudo, momentos de lazer. Em conformidade a essa nova configuração, as relações tentaram integrar o discurso terapêutico emergente, presente mais fortemente em revistas, que emprestou de modelos científicos e médicos para explicar a partir de orientações sobre as emoções e a gestão adequada das relações afetivas. Nesta concepção, para fazer uma relação durar, e manter a sua paixão viva, é necessário “trabalho duro”, como esclarece Illouz (1997, p.53), denominando um modelo que desenha as relações:

O novo ideal, portanto, tentou combinar atitudes e atividades de outra forma não facilmente comparáveis. Para ser bem sucedido, um casal agora tinha que combinar espontaneidade e cálculo, a capacidade de negociar com um gosto de “romance quente”. O modelo hedonista-terapêutico que surgiu foi caracterizado por frases como “ter um bom tempo juntos”, “compartilhar interesses comuns”, “falar”, “conhecer o outro”, “compreender as necessidades da outra pessoa”, e “compromisso”.

A investigação de Illouz contribui, assim, para desnudar elementos sobre a emergência da problemática amorosa, intercalada com o desenvolvimento do capitalismo e, particularmente, aponta para o surgimento de uma demanda por orientações quanto a esfera afetiva trazendo à tona um domínio profissionalizado pela psicologia, que se associa às novas possibilidades de experiência amorosa, definidas em cenário público. Esse modelo hedonista-terapêutico, por sua vez, contemplaria não apenas a relação afetiva, mas, em última instância, se trata de uma esfera de manejo das emoções culminando em um vocabulário específico que dita os rumos das parcerias amorosas. Para fazer esse modelo funcionar, de acordo com Illouz, é preciso ter um suporte terapêutico que atenda a essas problemáticas, e um vocabulário que começou a ser intensamente difundido pela literatura de aconselhamento. A

racionalização das emoções, destacada por Elias como constituinte do processo civilizador desde as sociedades de corte adquire nesse momento um direcionamento para as relações amorosas que, por sua vez, se situam, agora, nos limites midiáticos e profissionalizados da produção capitalista:

Na década de 1920, tal como o cinema, a literatura de aconselhamento era uma indústria cultural emergente, e viria a se revelar a plataforma mais duradoura para a difusão de ideias psicológicas e para a elaboração de normas afetivas. A literatura de aconselhamento combina diversas exigências: por definição, deve ser de caráter geral, isto é, usar uma linguagem nomológica que lhe confira autoridade e lhe faculte fazer afirmações normativas; deve variar os problemas abordados, a fim de ser um produto consumido regularmente; além disso, se quiser dirigir-se a vários segmentos do público leitor, com diferentes valores e pontos de vista, deve ser amoral, isto é, oferecer uma perspectiva neutra sobre problemas relacionados com a sexualidade e a condução das relações sociais. Por fim, deve ter credibilidade, ou seja, ser proferida por uma fonte legítima. (ILLOUZ, 2011, p. 19)

O foco de Illouz na relação entre amor romântico e capitalismo, entretanto, possui algumas brechas de análise, na medida em que o realce dessa articulação não atenta para as relações de poder envolvendo outros eixos de desigualdade como de gênero, sexualidade, raça, etc., tampouco lança um olhar mais atento às configurações e sentidos atribuídos pelos amantes nas relações amorosas. Sérgio Costa (2005) elabora críticas ao seu pensamento, cujo cerne se situa no fato de que, embora não deixe de reconhecer a relação entre as práticas amorosas e os produtos do capitalismo, em sua visão, faltou à autora considerar os sentidos construídos e atribuídos pelos amantes à interação amorosa, perdendo de vista o que as diferencia das demais interações sociais, que se trata da atribuição dos atores de um sentido único e particular ao que consideram amor. Recorrendo à teoria sistêmica de Luhmann para quem a invenção do amor tornou-se um código de comunicação²⁴, Costa (2005) discute a irreduzibilidade da experiência amorosa à lógica do mercado, argumentando que este

[...] de fato oferece os bens que propiciam a vivência do amor romântico como forma moderna de experimentação do sagrado, como sugere Illouz; não obstante, enquanto espaço de construção de sentidos compartilhados, o

²⁴ A noção de código de comunicação traçada por Luhmann está mais relacionada à comunicação entre os amantes, do que ao sentimento por si só (ADELMAN, 2011). A existência de uma comunicação amorosa define-se como a constituição de um universo simbólico próprio de maneira que é percebida pelos amantes como algo necessário, mas não provocado. Em resumo, “a constituição exclusivamente simbólico-expressiva do código amoroso o torna fortemente vinculante, já que ele só diz respeito àqueles que se amam, e ao mesmo tempo muito frágil, pois qualquer pequeno mal-entendido pode produzir grandes tremores no subsistema íntimo.” (COSTA, 2005, p. 121).

universo a dois permanece resistente ao mercado. Primeiramente, o mercado não pode gerar a energia amorosa. Dito de forma trivial, o mercado efetivamente coloca à disposição dos amantes uma ampla gama de produtos que podem facilitar e intensificar a interação amorosa, mas não tem o poder de despertar o amor no coração dos amantes. (COSTA, 2005, p. 119).

Enquanto para Illouz, a experiência amorosa está inserida no mercado, o qual pode prover, inclusive uma gramática própria para definir as relações e rituais românticos, para Costa, o amor é concebido de modo essencializado e desprovido de qualquer engendramento social. Nesse âmbito, as lacunas de ambos os trabalhos – de Illouz e Costa - foram mais exploradas pela revisão bibliográfica realizada por Adelman (2011) sobre a articulação entre amor e dinheiro, assim como as esferas do mercado. A autora resgata as contribuições da sociologia do dinheiro, discussões feministas, da teoria queer, estudos de sociologia e antropologia das emoções para evidenciar as interfaces entre subjetividades, mercado e afetos, para além de categorias binárias que separam essas esferas. Assim, ela traz elementos da crítica feminista desde o século XIX e início do século XX, que argumentavam que o verdadeiro amor era uma impossibilidade cultural diante do contexto de desigualdade de gênero, ainda mais dentro do casamento; até o feminismo de segunda onda, que denunciava o amor romântico enquanto ideologia e peça chave na dominação masculina.

Essa referência pontua as barreiras de se refletir apenas sobre o caráter mercadológico das práticas amorosas tal como faz Illouz ou seu deslocamento de uma esfera que envolve dinheiro e mercado, como refletido por Costa, pois denuncia a centralidade de tais análises em relações monogâmicas e heterossexuais e oferece ferramentas conceituais para refletir sobre as fronteiras que estabelecem as normas para a experiência afetiva. Em outras palavras:

Cabe assinalar o problema inerente em focalizar a história do amor em termos só do capitalismo e sua gênese histórica, como se não se tratasse de um dos cenários onde, da maneira mais emblemática, se produz a interseção de questões de gênero, classe (e de heteronormatividade e relações raciais, entre outras). Desde este outro olhar, diferentes tipos de casais e de uniões, representam reprodução ou desafio de uma ordem social, normatividade e domesticação (a domesticação “burguesa e patriarcal” das múltiplas possibilidades de relação e vínculo afeto-sexual). Por outro lado, “amor”, “amor romântico” e “desejo” merecem ser considerações específicas, pois podem ser muito diferentes um do outro. Não há porque pressupor uma convergência e, muito menos, uma convergência duradoura e heteronormativa, entre os três. [...]. Se não há porque imaginar que nenhum tipo de vínculo de amor/desejo se mantenha à margem dos rituais e discursos que o mercado faz circular, alguns parecem tensionar a ordem social mais do que outras – particularmente se pensarmos em perspectiva histórica, sobre o regime social e cultural que antecede o atual momento pós-moderno. (ADELMAN, 2011, p. 126-127).

Diante disso, o resgate teórico em torno do controle das emoções e da gênese histórica da problemática amorosa em um quadro capitalista de consumo, revelando a partir de Adelman normas sociais que marginalizam sujeitos no contexto do mercado, oferece elementos para refletir sobre o processo pelo qual se define o apoio emocional. O conceito de “trabalho emocional” da socióloga americana Arlie Hochschild (2003) norteia a concepção de apoio que utilizo nessa pesquisa, na medida em que possibilita uma compreensão de como as emoções são administradas. Esse conceito foi cunhado em 1983 na sua obra pioneira para o que viria a se consolidar posteriormente como sociologia das emoções (BONELLI, 2003): *The managed heart - commercialization of human feeling*. Nesse livro, Hochschild faz um estudo sobre a gestão das emoções de aeromoças americanas e de cobradores de dívidas de transporte aéreo durante a década de 1970, no qual constata a necessidade desses sujeitos de controlarem as emoções no contexto público, de modo a ajustarem seu comportamento e expressão de sentimentos de acordo com as condições exigidas pelo trabalho. O trabalho emocional ou – nos termos de Hochschild – “*emotional labor*”, significa:

A administração dos sentimentos para criar uma exposição facial ou corporal publicamente observável; o trabalho emocional é vendido por um salário e, assim, tem um valor de troca. Eu uso os termos sinônimos trabalho das emoções ou administração das emoções para referir a esses mesmos atos em um contexto privado onde eles têm valor de uso (HOCHSCHILD, 2003, p. 7).

O trabalho emocional, portanto, é concebido no âmbito em que a administração e controle das emoções se situam em ambientes institucionais de trabalho. Vale salientar que tal trabalho foi constatado por Hochschild entre sujeitos subalternizados, como as mulheres que fizeram parte de suas pesquisas. É nesse aspecto que ela identifica como a mudança na esfera pública do trabalho repercute na esfera íntima e privada das relações, especialmente para as mulheres, uma vez que lhes é exigido, além de uma jornada dupla de trabalho, um trabalho emocional para balancear os dilemas e conflitos que as esferas públicas e privadas lhes solicitam. Os livros de autoajuda – exemplos estudados por Hochschild (apud Bonelli, 2003) - são representativos de manuais que auxiliariam as mulheres a adquirirem padrões emocionais que as colocariam como responsáveis pela condução das relações afetivas.

O conceito de trabalho emocional revela-se dessa forma importante para esta pesquisa, na medida em que lança pistas para o entendimento da administração das emoções em interface com a vida privada e íntima. Entretanto, é necessário um desdobramento para entender o contexto que trago como campo empírico que me permite conceituar o que

denomino nessa tese de apoio emocional. Apoio emocional se trata do como o modo pelo qual os sujeitos procuram por auxílio referente inicialmente às relações amorosas que desembocam em processos de subjetivação, articulados à gênero, classe social, sexualidade, raça, geração, ocupação profissional, entre outros eixos possíveis de análise. Essas categorias são também eixos de diferenciação social e de desigualdade que definem a qual tipo de apoio cada sujeito específico se direciona. Dessa forma, ele deve ser tratado enquanto uma relação social que propicie auxílio para administrar as emoções de acordo com as expectativas de seus respectivos contextos e em níveis diferenciados de acordo com os sujeitos aos quais me refiro.

Como irei demonstrar nos capítulos em que exploro especificamente os universos empíricos da pesquisa, o trabalho emocional é relevante na análise sobre os modos como os sujeitos usam as mídias pautado na busca por apoio, associado à maneira como cada grupo é incitado a administrar suas emoções. Não obstante, esse trabalho se mostra de forma mais evidente em grupos subalternizados, como as mulheres e homens homossexuais de classes populares. Ao passo que é colocado de forma diferente em contextos cujo apoio emocional é constantemente ressignificado quando dirigido a públicos hegemônicos, como o masculino, majoritariamente branco e de classes médias, os quais revelam que a busca por apoio emocional pelas mídias digitais se relaciona às conjunturas de instabilidade profissional que indicam mais propensão nesse cenário, de atribuição de outros sentidos relacionados ao trabalho, vida nas cidades e relações amorosas.

As mídias digitais permitem, nesse aspecto, que o apoio emocional, ora estabelecido por outras mídias, como rádio, televisão e mídia impressa de modo massivo, baseado no modelo de um único emissor destinado para vários receptores, adquira novas configurações, pois demonstra a possibilidade de uma busca por apoio individualizada, anônima ou ainda, a interatividade entre os sujeitos colocada de modo mais avançado. Isso não equivale admitir apenas que as mídias digitais simplesmente inauguram novas formas de solicitar por apoio emocional, mas que reordenam formas consolidadas em outros meios e alocam sujeitos em diferentes tipos de modalidade de apoio. A novidade das mídias digitais é que é possível estabelecer uma relação de apoio e refletir sobre as dinâmicas sociais que impelem sujeitos a procurarem por esse tipo de auxílio, que vão desde o acesso às tecnologias de informação e comunicação até os contextos sociais que os propiciem a refletir sobre as esferas íntimas e privadas de suas relações.

Ademais, as mídias digitais ampliam os repertórios de análise das relações e da subjetividade para além dos saberes psi e de sua profissionalização, expandindo novas

perspectivas que orientam os processos de subjetivação, como as que abarcam discursos religiosos, astrológicos, numerológicos, tarológicos, entre outros. A seguir recupero alguns registros históricos sobre apoio emocional em diferentes mídias até desembocar na conjuntura atual das mídias digitais para que, ao final do capítulo, sejam conceituado as diferentes modalidades que os campos empíricos desta pesquisa abarcam.

Apoio emocional pelas mídias: dos consultórios sentimentais às redes de sociabilidade

Em vista da delineação sobre a emergência das emoções enquanto problemática social e seu desdobramento na conceituação de apoio emocional, esse subitem se propõe a apresentar derivações das versões primitivas de apoio emocional desenvolvidas em outras mídias através de uma contextualização social e histórica. Por meio dessa uma abordagem é possível apontar a articulação entre ansiedades sociais geradas por determinados contextos que levam ao uso de cada tipo de mídia específica, como a impressa, rádio, televisão e mídias digitais para obter apoio emocional e as características que cada uma apresenta.

Nesse aspecto, o apoio situado nas mídias impressas e eletrônica (rádio e televisão) trata-se de formas massivas de se referir às questões emocionais, pautando-se em buscas por apoio que se colocam tanto no âmbito mais individualizado como nas cartas e e-mails particulares enviados à mídia impressa ou por ligações telefônicas para rádios que apresentam esse tipo de “serviço”, como de maneira mais explícita em programas de televisão que auxiliam o público em seus dilemas emocionais. Massivo é entendido aqui enquanto mediação, no sentido de se tratar de um tipo de mídia que se pauta na relação entre um único emissor de mensagem para vários receptores e não, enquanto homogeneidade dos discursos traduzidos para receptores sem particularidades de gênero, raça, sexualidade, geração, etc.. Nesse aspecto, apesar das mídias impressa e eletrônica serem caracterizadas como mídias massivas que consolidaram a indústria cultural, a dimensão da diversidade de públicos se coloca ainda, por apresentarem grupos diferenciados de consumidores que a partir de meados do século XX passam a assumir o caráter mercadológico de especificidade de acordo com segmentos sociais. Maria Celeste Mira (2001, p. 11) observa o caso das revistas e constata que:

[...] O conceito de massa, quando associado à ideia de grande número, tem sua dimensão de realidade, mas se pensado como homogeneidade foi apenas

uma cortina de fumaça que nos impediu de perceber a diversidade dos públicos da indústria cultural. Uma diversidade que sempre existiu. Entre a hipótese de que estaríamos passando por um processo de desmassificação e a ideia de que o público sempre conteve uma diferenciação interior que o conceito de massa ocultava, a análise das revistas aponta mais para a segunda, embora seja notável a aceleração do processo de segmentação nas duas últimas décadas do século XX.

O trabalho de Mira revela que no que tange à segmentação das revistas, esse processo pode ser lido principalmente quanto às especificidades de gênero, geração e classe social, demonstrando como as mídias articulam sentidos relacionados a tais categorias. A observação de que produtos culturais massivos estão inseridos em uma dinâmica que se relaciona também a peculiaridades de público e discursos distintos com relação a estes desvenda as relações de poder que pautam os usos das mídias. No caso da busca por apoio emocional fica evidente como ele se dirigiu inicialmente para o público feminino, assinalando a tendência de procura por entendimento sobre as relações amorosas feita pelas mulheres, o que sugere uma propensão social maior de como foram incitadas a concentrarem-se nas esferas da intimidade e relações amorosas, as levando a solicitarem por conselhos.

As mídias digitais, por sua vez, reconfiguram o quadro consolidado pela mídia impressa e eletrônica na medida em que por serem mais personalizadas e interativas se inserem de maneira diferente quanto ao apoio emocional, permitindo o estabelecimento de relações sociais entre os sujeitos que não se dão exclusivamente de acordo com o modelo que dicotomiza as relações entre emissor e receptor. Ainda, indicam permanências e rupturas de formas derivadas de outras mídias, que se relacionam ao florescimento de outros tipos de públicos não evidentes nelas, assim como discursos que foram colocados à margem. Aprofundarei essas questões mais adiante.

Com o surgimento das colunas de consulta, a busca por apoio se dava de modo individualizado através de cartas, cujos conselhos dependeriam de respostas nem sempre apresentadas, em um estilo jornalístico muito mais próximo do gênero literário do folhetim do que propriamente dos especialistas. No rádio a introdução de psiquiatras, médicos e psicanalistas começa a se acentuar conjuntamente às revistas e jornais dos anos 1930 no Brasil, porém atendendo às solicitações que chegavam muito mais por cartas do que por telefone (já que o aparelho era de alto custo e poucas pessoas o tinham e suas casas) e sem abandonar totalmente o teor advindo da literatura, como nos conselhos que eram inseridos em radionovelas. Na televisão, há a exposição escancarada de conflitos e demarcação clara de um

lugar associado ao grotesco e ao tumulto como concernente às esferas íntimas e familiares de classes populares.

Assim, a modalidade inicial de apoio emocional constatada na mídia pode ser caracterizada por trazer discursos prescritivos que se amparavam pelo estilo literário em sua gênese, e foi posteriormente desenvolvida com o desenvolvimento das sociedades de consumo culminando em produtos midiáticos mais massivos, trazendo a contribuição dos discursos dos especialistas. Nos termos de Geraldo Garcez Condé (2004, p. 1), os discursos prescritivos “teriam o propósito explícito de ensinar, conduzir, orientar, persuadir, influenciar, fornecer ou modificar os padrões de comportamentos dos indivíduos que os consomem”. Esses discursos tiveram um impacto mais expressivo quando se profissionalizaram mediante a mídia conselheira que através de orientações gerais ou respostas às perguntas do público tratam das esferas íntimas, adentraram o arcabouço do que é denominado por Dulcília Buitoni (1990) de “jornalismo de serviço”. Por apresentarem um tipo de linguagem direta e focada no conteúdo que interessa a vida particular do/a leitor/a é considerada também, de acordo com Bosi (1996) como imprensa intimista.

As colunas de consulta de modo geral representam um dos modos mais significativos de apresentação de histórias de vida do público, porém com intervenção de conselheiros e conselheiras. Em estudo sobre relatos e histórias pessoais presentes na mídia, Ligia Maria Trigo-de-Souza (2007) faz um percurso desde a imprensa, televisão, rádio até a internet para constatar de que modo cada mídia específica recebe a participação do público, em particular, ao trazer relatos pessoais. Nesse aspecto, a autora verifica como eram as colunas de consulta:

O estilo das colunas e seus assuntos de abrangência variam de veículo para veículo, mas, em linhas gerais, podemos destacar dois tipos principais de formatação: um em que as perguntas são publicadas (algumas vezes com a omissão do nome do autor) e respondidas diretamente; e outro em que as respostas são dadas a grupos de perguntas sem citá-las especificamente. Neste caso, as cartas servem para levantar assuntos a serem abordados por determinada coluna. (TRIGO-DE-SOUZA, 2007, p. 122-123).

A prática de difusão de orientações e conselhos estava presente desde a gênese da comunicação de massa, remontando à literatura de *colportage* na Europa do século XVII, publicação de folhetos que continha textos de literatura popular, histórias de santos, receitas médicas, etc.. Nesse período também surgiram colunas de respostas às dúvidas de leitores, como as apresentadas pelo jornal inglês *The Athenian Mercury*, que deu origem ao *Lady's Mercury*, periódico que continha colunas de aconselhamento sentimental destinados às

mulheres (TRIGO-DE-SOUZA, 2007: 122). Conforme verificado por Dulcília Buitoni (2002), o *Lady's Mercury* marcou o surgimento da imprensa feminina em 1693, por meio do qual mulheres da nobreza escreviam suas experiências amorosas no intuito de pedir conselhos, na ânsia de receber respostas de conselheiros constituídos inicialmente por escritores, destacando a relação estabelecida entre amor e mulher na mídia impressa, algo que iria caracterizá-la no surgimento de revistas segmentadas mais tarde. As respostas, sempre preservando o anonimato, partiam de um enfoque pessoal para tratar da temática das relações amorosas de maneira mais ampla.

Posteriormente, no século XVIII surgem os almanaques, reunindo informações práticas para a vida cotidiana do público leitor. Estes são considerados por Jesús Martín-Barbero (2008, p. 157) “a primeira enciclopédia popular onde conselhos de higiene e de saúde se acham misturados com receitas mágicas, e onde já se propõem, em forma de perguntas e adivinhações, questões de física e matemática”. Essa tendência começa a se fortalecer no século XIX com o progresso da imprensa e com o surgimento de uma literatura de massas representada pelo folhetim que seria a matriz cultural do desenvolvimento das revistas no século posterior. Segundo Maria Celeste Mira (2001), o formato de revistas contemporâneo surge no início do século XX nos E.U.A. quando a economia americana se torna industrial e as revistas passam a ser sustentadas pela publicidade, estabelecendo a dinâmica de grande circulação que viria a caracterizá-la nas décadas subsequentes: “o leitor passa a ser visto como consumidor em potencial e o editor torna-se um especialista em grupos de consumidores. Um especialista que encontrou a fórmula editorial capaz de atrair, no mercado nacional, o grupo de consumidores que determinados anunciantes pretendem atingir”. (MIRA, 2001:11).

O desenvolvimento das revistas e sua circulação massiva apoiada na publicidade acompanham a intervenção de especialistas no que se refere aos conselhos. De acordo com Illouz, a partir da década de 1920, isso se deu concomitantemente com o desenvolvimento da psicanálise e da psicologia, que forneceram uma leitura das relações amorosas a partir de uma perspectiva científica e profissionalizada, se contrapondo ao apoio emocional que se caracterizava pelas relações sociais de troca de experiências e pelo estilo literário inicial das colunas de consulta presentes em jornais e revistas de séculos anteriores:

A psicanálise e a psicologia constituíram minas de ouro para a indústria do aconselhamento, pois eram envoltas pela aura da ciência, podiam ser altamente individualizadas (adequando-se a toda e qualquer particularidade individual), podiam abordar uma ampla variedade de problemas, com isso

permitindo a diversificação do produto, e pareciam oferecer o olhar desapaixonado da ciência sobre temas tabus (ILLOUZ, 2011, p. 19).

A análise histórica dos conselhos revela aspectos de moralidades das relações afetivo/sexuais assim como temas relacionados a cuidados com a aparência, em particular feminina, que se relacionam com a presença de especialistas, correspondentes aos contextos sociais e históricos do período ao qual se referem. Os especialistas médicos começavam a ganhar destaque na década de 1930 e 1940, como observado por Gisely Valentim Vaz Coelho Hime (2002, p. 250) sobre as colunas de saúde e beleza da “*Página Feminina*”, de A Gazeta:

[...] devemos destacar as colunas escritas por médicos, como Estética e beleza, assinada pelo dr. João Paulo Vieira, de dezembro de 1934 a março de 1935, Qual é seu conselho, doutor?, publicada entre 1934 e 1936, e Conselhos de um Dermatologista, publicada de 1936 em diante. Procuram esclarecer a infinidade de dúvidas que chegam ao jornal, por intermédio de cartas. Sem responder diretamente a cada uma delas, tratam dos assuntos mais questionados pelas leitoras.

Carla Bassanezi (1996) analisando discursos das revistas no período de 1945 a 1964 constata as mudanças e permanências quanto às relações de gênero que se reflete em regras de comportamentos e moralidades afetivas relacionadas ao período em questão. Segundo a autora, nas revistas femininas que propagavam valores como os “bons costumes”, “família estável” e assumia o lar, casamento e a maternidade como prioridades da vida da mulher, eram perceptíveis o tom dos conselhos que reforçavam e transmitiam códigos morais e submetiam as mulheres aos saberes dos especialistas.

São inevitáveis os numerosos conselhos e artigos referentes à culinária, prendas manuais, decoração, organização do lar. Há também seções especiais sobre o cuidado com os filhos: “Evangelho das mães” – sobre a “sagrada missão da maternidade” – e “Falando às mães” – conselhos do Dr. Werther, médico especialista. (BASSANEZI, 1996, p. 26)

A entrada dos especialistas médicos nos conselhos midiáticos corresponde à fase de introdução da psicanálise no Brasil nos anos 1930 para além das corporações médicas e da academia. Essa introdução se deu a partir da psiquiatria e esteve relacionada inicialmente a um projeto de nação brasileira. Tal projeto se colocava no âmbito do pensamento eugenista da época expresso pela Academia Nacional de Medicina e Liga brasileira de higiene mental, cujos membros foram também precursores na entrada da psicanálise no Brasil (RUSSO, 2002). Os ideais de progresso e civilização se pautavam por uma maneira de encarar a sexualidade de modo normalizador, educando a sociedade brasileira contra os “excessos”

sexuais que causavam o que era entendido como degenerescência do povo por conta da mistura de raças. Desse modo, a divulgação da psicanálise na mídia brasileira, visava não apenas expandi-la em contexto nacional, como também atender aos anseios políticos de construir uma nação coesa e “educada” no que tange ao “descontrole” da sexualidade, vistos como obstáculos para o alcance de um país civilizado. Não à toa, surgem livros, colunas sobre o tema em revistas e programas de rádio, em meio ao florescimento da chamada “questão sexual²⁵” (RUSSO, 2002, p. 22). No rádio, o veículo de comunicação que começava a se reconhecer como massivo, dos anos 1930 a 1950, ressaltam-se duas seções de consultas sentimentais de duas figuras importantes na difusão da psicanálise na primeira metade do século XX no Brasil que adentravam também à mídia impressa. A partir da fusão de conselhos com um produto cultural muito popular na época – as radionovelas - Gastão Pereira da Silva e Virgínia Leone Bicudo aos poucos lançavam a psicanálise na mídia.

Com o intuito de tornar a doutrina freudiana acessível ao público leitor, Gastão não chegou a entrar para nenhuma sociedade psicanalista formada depois dos anos 1930 e preferiu divulgar a psicanálise através dos meios de comunicação, como observa Jane Russo (2002, p. 24):

Em 1934 criou na revista *Carioca* a coluna “*Psicanálise dos sonhos*”, ilustrada por uma fotografia de Freud (que dá origem ao livro *Conhecer-te pelos sonhos*). Na revista *Vamos Ler* manteve uma coluna intitulada “*Página das mães*” (da qual nasceu o livro *Conheça seu filho*). Posteriormente colaborou na revista *Seleções Sexuais* com a seção “*Confidências*”. Ainda nos anos 30, manteve durante três anos o programa “No mundo dos sonhos” na Rádio Nacional, no qual, segundo suas palavras, “radiofonizava os sonhos [enviados pelos ouvintes], como se fossem pequeninas histórias, em *sketches*, interpretadas pelo *cast* do radio-teatro daquela emissora”.

Virgínia Leone Bicudo, a primeira candidata negra a psicanalista que não era médica no Brasil, também continha, no início da década de 1940, um programa na Rádio Excelsior e uma coluna na Folha da Manhã, chamada *Nosso Mundo Mental*, no qual orientava casais, famílias e pais. Segundo Janaína Damasceno (2013, p. 63):

Seu programa de rádio, em formato de novela, era um meio de expandir o conhecimento sobre a psicanálise, mas também de uma determinada psicanálise, civilizatória, da qual não se pode extirpar um caráter político. Seja pela amplitude das pessoas que poderia alcançar através desse mecanismo, seja pela possibilidade de servir como “guia” de uma moderna

²⁵ Segundo Russo (2002, p. 22), “os anos 30 assistem a um verdadeiro desabrochar dessa questão [sexual] em solo brasileiro, com a realização de cursos populares sobre sexologia, comemorações especiais como o “Dia do sexo”, emissões radiofônicas sobre sexo, campanhas de educação sexual”.

conduta familiar, sexual, social, centrada no indivíduo que emerge dessa nova ordem.

As décadas de 1960 e 1970 apresentaram um resultado da “gestação” da psicanálise no Brasil que, nesse momento adentrava massivamente não apenas as revistas e jornais impressos, como também às práticas das classes média-altas urbanas e letradas. Deste modo, com as transformações trazidas pelos movimentos sociais de liberação sexual, o uso da pílula anticoncepcional, assim como o aumento da participação das mulheres de classes médias urbanas no mercado de trabalho, a tendência das colunas de consulta foi adotar um discurso psicologizado mais afinado com as mudanças sociais, de modo que podem ser designadas nesse período como “consultórios” sentimentais – por acentuar a contribuição de especialistas como conselheiros e conselheiras.

Em 1963, a psicóloga e jornalista Carmem da Silva era autora da coluna “A arte de ser mulher” com um discurso de maior liberdade feminina no sentido da mulher assumir a condição de sua própria vida. A partir de 1965, assinava a “Caixa Postal Intimidade”, desenvolvendo um “consultório de orientação psicológica”, influenciando seções semelhantes como “O Sofá do analista” na revista Nova, tendo um psicanalista como consultor de relacionamentos (BORGES, 1998). Ademais, “a vulgarização da psicologia resultou em matérias sobre comportamento na maioria das revistas, cujos níveis de profundidade variam conforme o público” (BUITONI, 1986, p. 65).

Os registros a respeito das colunas de consulta assinalam uma tendência que marca como o apoio emocional foi concebido em veículos midiáticos de modo mais direcionado ao público feminino, delimitando a posição da mulher a partir de uma suposta inclinação à procura por apoio referente à esfera amorosa, enquanto a mídia que se dirigiu ao público masculino tratava de temas centrados no entretenimento, erotismo, viagens e esportes. Apenas depois de um processo de segmentação das revistas, constatados por Mira (2001, p. 11) como mais acentuado nas duas últimas décadas do século XX, foi possível observar colunas de consulta nas revistas masculinas, mais especificamente a partir dos anos 2000. Porém, nelas evidencia-se o tratamento de assuntos relacionados à intimidade e ao corpo, com a centralidade da figura feminina não especialista como interventora das questões enviadas pelos leitores, assinalando uma resistência de submeter às esferas da intimidade masculina ao olhar e tratamento especializado, associado pela mídia ao público feminino especificamente. Nesse caso, há registros da revista *Playboy* brasileira que manteve seções de respostas a dúvidas de leitores sobre sexo, saúde e beleza, parodiando o consultório sentimental feminino, sob o título de “Divã da Loura” (BUITONI, 2002). A revista *VIP*, direcionada para homens

heterossexuais já apresentou também seções de consulta sobre saúde e corpo, na qual uma personagem chamada Eunice, caracterizada por ser uma enfermeira sensual responde às dúvidas enviadas pelos leitores por telefone, e-mail e cartas (MONTEIRO, 2001).

O cenário apresentado, desse modo, permite constatar que o apoio foi constituído historicamente como concernente ao público feminino, ao passo que manteve o público masculino alijado de qualquer demanda que o aloque a posição de sujeitos que buscam por entendimento e apoio relacionado à esfera afetiva/sexual, ainda mais quando sujeita aos discursos de especialistas. Ademais, há a corroboração para a manutenção de sujeitos à margem do apoio emocional como o público homossexual, historicamente desagregados do entendimento público de suas relações amorosas e considerados como doentes mentais até 1973, culminando na busca por apoio em outros veículos que não inseridos na mídia hegemônica. Conforme constatado por França (2006, p.70) em sua pesquisa sobre a constituição de um mercado gay no Brasil, nas lembranças de homossexuais acima dos 50 anos, a sensação de isolamento social era a tônica de suas experiências, os levando a procurarem por enciclopédias como a Barsa ou até mesmo a Bíblia para entenderem mais sobre a homossexualidade, já que não havia uma mídia que os abrangesse.

Diante desse público, houve apenas a seção “Cartas na mesa” do jornal Lampião da Esquina – veiculado no Brasil na época do abrandamento da censura pelo regime militar (de 1978 a 1981). No entanto, tal publicação se inseria em um circuito alternativo e não tinha um impacto tão comercial, sendo mais consumida por públicos de classe média-alta e intelectualizada. Mais tarde, nos anos 1990, a revista Sui Generis e a “coluna GLS” do jornal Folha de S. Paulo eram buscadas também por esse público para compreensão das relações afetivas e da sexualidade (Cf. França, 2006, p. 70). No entanto, longe de serem considerados simplesmente avanços, a segmentação da mídia para os públicos homossexuais e masculino que tratam das questões emocionais devem ser entendidos na chave de como tais sujeitos têm sido alocados a mercados e discursos de poder específicos, principalmente se tratando do público homossexual. No que se refere às publicações dirigidas aos homens heterossexuais, as colunas de consulta ainda tratavam de modo caricato as questões emocionais e afetivas através de personagens que camuflassem a relação de busca por apoio. Tal público apenas teve espaço garantido em um contexto no qual as relações de gênero começavam a desafiar masculinidades não propensas a refletir sobre a intimidade e de modo associado à segmentação das publicações que não tratavam apenas do universo do entretenimento, esporte e erotismo.

Quanto às colunas de consulta destinadas para homossexuais vale destacar o modo como a experiência homossexual, tanto masculina quanto feminina é tratada homogeneamente, já que não há registros de apoio emocional destinado às mulheres lésbicas. No que tange à segmentação, portanto, ainda se trata de invisibilizar tais sujeitos e, ainda que veículos midiáticos específicos garantam mais inserção de sujeitos socialmente “assumidos”, excluem os que vivem experiências marcadas pela angústia e segredo e que não podem contar com apoio emocional pelas mídias dominantes. Para além desse aspecto, vale salientar que não à toa, o surgimento desses veículos após 1996 com a invenção do coquete antirretroviral e sua distribuição no SUS a partir de 1997, período em que também surgiram as revistas e colunas de jornais para esse público, assinalam uma visibilidade sobre a homossexualidade relacionada ao contexto da aids que assombrava o Brasil nesse período histórico. Desse modo, o apoio emocional deve ser considerado na medida em que, buscado por essas mídias, poderia propiciar uma vivência da homossexualidade que normalizasse comportamentos e a distanciasse das ameaças da doença. Dentro desse contexto, é necessário enfatizar o quanto a internet e sua expansão mais acentuada a partir dos anos 2000 possibilitou a busca por apoio, assim como a troca de experiências sobre a homossexualidade de forma distanciada do contexto em que a aids ganhava evidência nacional²⁶ nos anos 1980 e 1990.

A respeito da mídia televisiva o formato de apoio que mais se destaca são os *talk shows* que envolvem apresentações das vidas do público e intervenção de especialistas na resolução de conflitos, geralmente envolvendo as esferas familiares e de relacionamentos. Segundo Fernanda Mauricio Silva (2009), o formato dos *talk shows* se popularizou no Brasil na década de 1980, seguindo a tradição norte-americana que denomina esse tipo de programa para designar a centralidade da conversação, seja através de entrevistas, seja através da apresentação de relatos do público com a mediação de especialistas, geralmente psicólogos e psiquiatras. Esse estilo de programa, geralmente centrado em questões familiares, de acordo com João Freire Filho (2008, p. 8), constitui-se de uma “hibridação (menos ou mais turbulenta) da estrutura dos debates jornalísticos, do público participativo dos programas de auditório e da temática privada dos reality shows”. Os programas mais populares são Casos de Família no SBT, Márcia na TV Bandeirantes que durou de 2007 a 2010, assim como outros formatos atendendo ao discurso religioso dos relacionamentos, como o “Fala que eu te escuto” e “The love school: a escola do amor”, ambos exibidos pela Rede Record. Concebidos como “baixaria” e muitas vezes como grotescos, esse tipo de programa é

²⁶ A respeito dos usos da internet articulados à “necessidade” de se dissociar do estigma da aids por grupos homossexuais masculinos, ver Miskolci (2013).

frequentemente estigmatizado como de má qualidade e caracterizado por promover sensacionalismo e “barracos”, ou seja, brigas entre os/as participantes.

Em geral, a estrutura desses programas aponta para um formato mais direcionado para as massas, cuja própria demanda de apoio é criada pela equipe nas ruas da periferia de São Paulo. Tal fato indica não apenas para qual público se destina o programa, como também a qual tipo de apoio as classes populares estão alocadas na mídia, conforme explica Volpe (2013, p. 47) tomando como exemplo o programa *Casos de Família* do SBT:

Eles fazem “pesquisa de rua”, isto é, procuram “na periferia” de São Paulo candidatos, cujas histórias se encaixem na pauta de temas. Além disso, pensam em convidados especiais ou adereços para o cenário, de acordo com os “casos” (como se referem às histórias que vão ao ar) trabalhados. Esses profissionais são ajudados na busca por participantes pelas chamadas “contatos” – geralmente mulheres moradoras de bairros afastados, desempregadas e com tempo livre para procurar em suas comunidades pessoas que aceitem revelar seus dramas no ar. Os contatos possuem um vínculo informal com a emissora e trabalham a partir de uma pauta de temas já definida. Quando encontram possíveis “casos”, agendam uma entrevista – na casa de um deles – com um dos profissionais da produção. Esta é a primeira de duas entrevistas; o profissional irá conhecê-los e verificar se conseguem expressar-se em um programa de televisão. Também irá verificar a “autenticidade” das histórias contadas: se aquelas pessoas são parentes ou vizinhas, conforme afirmaram, e se o conflito procurado é vivenciado por elas. Desse modo, uma primeira entrevista é realizada in loco e, se forem aprovadas, outra acontecerá na emissora. Se forem aceitas, a “contato” ganha R\$ 20 por pessoa, enquanto que cada participante recebe R\$ 80 – no dia da gravação.

Vale lembrar que o referido programa era apresentado inicialmente pela jornalista Regina Volpato, conhecida por adotar uma linguagem mais psicologizada ao se referir aos conflitos levados ao palco. O discurso terapêutico trazido não apenas pelos especialistas apoiado pela psicologia e pela psiquiatria como também pela própria condutora do programa, segundo destacado pela pesquisa de Freire Filho (2008) pareciam não acompanhar os dramas revelados. As questões que surgiam para discussão muitas vezes se centravam em aspectos socioeconômicos subalternos aos quais essas pessoas estão submetidas e que não era totalmente alcançado e explorado pela apresentadora e pelos especialistas. Esse fato aponta para uma concepção de família que não abrange os grupos que frequentam esses programas, marcados por um tipo de sociabilidade mais coletiva, na qual os problemas familiares transcendem o núcleo da família burguesa e são, sobretudo, caracterizados no âmbito social, mais do que individual, focado pelos discursos psi. Com a mudança da apresentadora, o programa *Casos de Família*, agora conduzido por Christina Rocha se mostra mais próximo de seu público, propondo mais interação da plateia sobre os assuntos discutidos, o que provoca

mais empatia do que com a antiga apresentadora. “Nas palavras das pessoas entrevistadas por Maira Volpe (2013: 74), Regina Volpato era vista como “‘educada”, ‘respeitosa’ e ‘compreensiva’, já Christina Rocha seria ‘autêntica’, aquela que ‘fala na cara’, ‘brincalhona’”.

Os programas de talk show com intervenções de especialistas constituem uma das primeiras formas de as classes populares terem mais visibilidade na mídia e com isso obterem apoio emocional, ainda que sob regime de pagamento em dinheiro pela participação em alguns casos. Além disso, a plateia frequente se trata majoritariamente de mulheres donas de casa convidadas por caravanistas a participarem do programa. Para muitas delas, assistir às gravações de um programa de televisão é uma forma de entretenimento e, inclusive de terem mais sociabilidades do que as já estabelecidas no lar. De acordo com Volpe (2010: 10): “ir aos programas parece ser uma forma de lazer para essas mulheres de diferentes faixas etárias. Com o grupo de amigas vizinhas, percorrem a cidade, conversam, veem artistas, ouvem músicas, dançam, comem lanches. E aparecem na televisão”.

O apoio emocional apresentado pela televisão parece se reduzir a uma proposta de intervenção no âmbito da intimidade familiar e demonstra, por sua vez, um apelo direcionado para as classes populares. Esse apelo pode ser interpretado como o modo específico ao qual se designa o local de gestão das emoções desse estrato da população, submetido a uma relação explícita e coletiva de busca por apoio e não individualizado, de modo anônimo e discreto como nas outras mídias, principalmente a imprensa. As mídias digitais apontam para modificações nesse cenário, pois ampliam possibilidades de apoio mais individualizadas e marcadas pelo anonimato que antes se situavam em mídias impressas, consumidas por públicos de classes médias e que com a disseminação das mídias digitais parece haver um processo de crescimento de busca por apoio emocional entre esse estrato da população.

Isto posto, a explanação das modalidades de apoio emocional presentes em outras mídias oferecem um panorama tanto da relação que determina a busca por apoio, quanto dos estratos sociais que moldam o modo como sujeitos são alocados em cada tipo específico. Assim, o cenário apresentado pelas mídias digitais coloca elementos novos de análise sobre o que é conceituado aqui como apoio emocional oriundo das mídias impressa e eletrônica (Tv e rádio). Além de apresentar versões de revistas, programas de rádio e televisão já constituídos, as mídias digitais favorecem o surgimento de revistas digitais, que não possuem versões impressas, blogs pessoais e fóruns de interação entre os usuários. Sua expansão recente motiva a reflexão sobre o apoio na medida em que, diferente das outras mídias, permite o desenvolvimento de relações para que seja consolidado, reconfigurando uma relação midiática

mais dialógica do que nas mídias que trabalham com a relação emissor-receptor. Todavia, as mídias digitais não eliminam a busca pelo apoio emocional em mídias já consolidadas, mas apontam para uma convivência que pode, inclusive, fomentar itinerários contínuos entre elas.

Nesse sentido, as mídias digitais se inserem como uma possibilidade de apoio emocional que estabelece relações, reconfigura modalidades já existentes em outras mídias e, sobretudo, se colocam na disputa pelas moralidades em torno dos usos, a partir do estabelecimento tanto de discursos sobre as relações amorosas e subjetividades, quanto sobre o próprio modo de se definir e buscar por apoio emocional. Diante disso, as modalidades de apoio emocional que caracterizavam cada tipo específico de mídia coexistem nas mídias digitais, e segmentam seus públicos de acordo com cada especificidade que define a relação de apoio e os discursos que o fundamentam.

Com o objetivo de captar a complexidade deste debate, optei por conceituar as modalidades de apoio emocional que compõem esta tese em: consultórios sentimentais digitais; orientação psicológica e rede. Os consultórios sentimentais digitais podem ser caracterizados por desdobrarem as versões primitivas de apoio emocional que constam nas revistas e jornais impressos. Tratam-se de sites ou blogs que trazem aconselhamento afetivo/sexual do ponto de vista de profissionais da área de psicologia ou psiquiatria, assim como de pessoas que não necessariamente tenham uma leitura especializada do ponto de vista científico para fornecer tais conselhos. Denominei-os de consultórios sentimentais digitais por se assemelharem em termos de relação de apoio com o modo como o apoio é fornecido ainda em outros meios. No caso dos sites selecionados para análise (que analisarei nos próximos dois capítulos), são respondidas perguntas enviadas pelo público por e-mail em um formato muito próximo aos produtos massivos, nos quais são desenvolvidas respostas em torno de uma questão particular, mas para abordar dilemas que são coletivos dos públicos aos quais se destinam.

Analisarei os discursos dos sites que compõem esse universo empírico no intuito de oferecer pistas para o entendimento das configurações que as mídias digitais lançam no redirecionamento desse tipo de aconselhamento. A verificação das formas em que a mediação dos “conselheiros” é realizada e quais moralidades se articulam aos seus discursos permitem desvendar características de seus públicos específicos, relacionadas a modos de lidar com as subjetividades e relações afetivo/sexuais em consonância com os usos das mídias digitais. Para além disso, as mídias digitais revelam uma conjuntura na qual os especialistas são reconfigurados, não sendo tão necessário mais uma intervenção profissionalizada, o que pode

ocasionar a discursos de poder calcados em outras dinâmicas, como por exemplo, a de gênero no caso de conselhos escritos por homens para auxiliarem mulheres.

A modalidade “orientação psicológica” designa a entrada de profissionais de psicologia na realização de terapia por meio de mídias digitais, especialmente através de programas de troca de mensagens e conversa em vídeo, como o *Skype*. Em processo ainda incipiente no Brasil, a orientação psicológica pelas mídias digitais não assume a denominação de terapia online sob o pressuposto de que tal atividade incitaria um descompasso entre as atividades profissionais realizadas em consultório presencial de psicólogos. Esse tipo de orientação, que incorporei aqui como forma de obtenção de apoio emocional também, entra na disputa com as outras modalidades que constituem essa pesquisa na conjuntura pela delimitação do que pode ser considerado mais efetivo.

A rede, por sua vez, se refere à comunidades online nas quais o apoio emocional é colocado de forma coletiva, através de formas de interações por meio de fóruns e encontros presenciais entre as pessoas que constituem as comunidades. Por se tratar de rede requer pensar em termos de relações constituídas e solidificadas pelas mídias digitais que, como abordarei mais adiante, extrapolam tais limites, tecendo relações embasadas tanto em apoio emocional, no tratamento de questões subjetivas e afetivas, quanto profissional ancoradas em discursos de gênero, sexualidade, classe social, de modo que se constituem através do envolvimento com a comunidade, contatos e vínculos que facilitam a efetivação de projetos profissionais em comum. A rede, nesse aspecto, demonstra seus fluxos para além do uso apenas da comunidade, o que permite conceituá-la não apenas no âmbito de plataformas online, mas no que se refere aos fluxos por ela proporcionados.

A definição das modalidades que compõem essa pesquisa possibilitam, em última instância, o reconhecimento de quais eixos de diferença segmentam cada público, que busca por apoio emocional pelas mídias digitais. Em consonância a isso, os capítulos que seguem adentram no campo empírico com o intuito de abordar o apoio emocional enquanto relação social, na qual se estabelecem discursos sobre as relações amorosas em interface com processos de subjetivação que estão em constante diálogo entre si.

2 Para entender o Cérebro Masculino: conselhos para “mulheres em julgamento”

“A cada situação ou problema, você entrará em contato com um texto que descreverá a atitude tomada por uma mulher, que será acusada e terá direito a uma defesa. O veredicto final virá para retomar os pontos positivos e negativos dessa atitude e levar você a analisar e a talvez se reconhecer em um desses textos. Queremos deixar bem claro que não se trata de uma obra com certezas absolutas, desejamos com ela que cada leitora consiga ver de forma clara suas atitudes a fim de perceber em cada uma delas os seus erros e acertos. O crescimento de cada um depende de seu próprio olhar crítico e disposição para mudar.”

(Introdução do livro escrito pelos editores e editora do blog Cérebro Masculino: Desejo por paixão: mulheres em julgamento, hoje você será julgada).

O trecho acima se trata de um livro digital escrito pelos editores e editora do blog *Cérebro Masculino*, o qual analisa situações vividas por mulheres envolvendo relações amorosas sob dois aspectos: um em que elas são defendidas e outro em que são acusadas. O intuito desse “julgamento” seria de proporcionar as leitoras uma visão ampla sobre os relacionamentos, salientando aspectos positivos e negativos e permitindo que elas analisem e decidam sobre suas atitudes e sentimentos. O blog *Cérebro Masculino*, cujo próprio nome já é alusivo a uma esfera racional, correspondente ao Cérebro associada aos homens e é um site criado para atender às solicitações de conselhos amorosos de mulheres enviadas por e-mail. Recentemente, expandindo suas atividades para além de um blog, publicaram esse livro gratuito como parte de seus objetivos de atenderem ao que denominam de “consultoria comportamental”, o que permite constatar que sua proposta vai além de um site, englobando outras mídias e aspirando construir um circuito de seus “serviços”.

Inicialmente criado no formato de um blog pessoal escrito por homens, o *Cérebro Masculino* recentemente se filiou ao portal de conteúdos na internet Pop²⁷ que pode ser caracterizado como uma revista digital específica sobre assuntos relacionados à celebridades,

²⁷ Segundo o site: < <http://publicidade.pop.com.br/perfil-pop/>>, “fundado em 2002, o POP é um portal com uma proposta clara de oferecer conteúdo aos seus leitores de uma forma ágil, irreverente, ousada e inusitada. Direcionado a um público de todas as idades – porém jovem de espírito e questionador -, o POP investe em um conteúdo próprio, com uma redação dedicada a elaborar notícias curtas e leves, enriquecidos por recursos multimídia e interativos”.

comportamento, esportes, tv, mundo geek, diversão e acesso à e-mail próprio do portal²⁸. Segundo a explicação contida no site,

O blog foi criado em 2009, depois de uma crise de consciência do seu fundador que, cansado de causar mal às mulheres por ser um cafajeste, resolveu ajudá-las a entender sobre o modo de pensar dos homens e não cair nas mãos dos mal intencionados.

Atualmente, ajudamos mulheres que possuem problemas de relacionamento ou que desejam entender melhor o funcionamento do cérebro masculino. Também contamos as opiniões masculinas sobre os mais diversos assuntos como moda, comportamento, atitude, etc. Resumindo, O CM é o lugar para finalmente entender como funciona a cabeça dos homens. (Grifo do site²⁹).

Optei por adotar o blog *Cérebro Masculino* como um dos objetos de análise da pesquisa por identificar em sua proposta um tipo de apoio emocional baseado no aconselhamento afetivo e por ser escrito por homens que não possuem “especialidade profissional”. Essa modalidade de apoio direcionada para as mulheres está presente nas revistas femininas, as quais trazem colunas de consulta em que psicólogos ou psiquiatras respondem às solicitações das leitoras em um discurso marcado pela análise profissional. Já o blog *Cérebro Masculino*, demonstra ser marcado por discursos delimitados à respeito das relações de gênero, em especial sobre a posição que as mulheres devem ocupar nos relacionamentos, definindo as maneiras que estas devem se comportar, de acordo com a visão masculina.

A equipe é formada majoritariamente por homens que respondem e comentam as experiências amorosas enviadas pelas leitoras por e-mail. Contudo, nenhum dos membros são jornalistas ou profissionais das áreas psi, como os conselheiros e conselheiras frequentes em outras mídias. Tal fato permite constatar que as mídias digitais permitem esse desdobramento, possibilitando o surgimento de outros interesses ao aconselhar que não necessariamente vinculados à formação profissional. Entre a equipe estão profissionais das áreas de design, economia, coaching pessoal, administrador de empresas e uma profissional de Relações Públicas que contribui no site escrevendo seções sobre moda e entrevistas com homens para as seções de opinião masculina.

Segundo os editores que residem em Recife, o site possui uma média de 70 mil visitas mensais, com público composto por mulheres em sua maioria, das classes média e altas, que

²⁸ Disponível em < <http://www.pop.com.br/>>. Acesso em 04/08/2014.

²⁹ Disponível em < <http://cerebromasculino.com/sobre/>>. Acesso em 04/08/2014

vivem majoritariamente no Sudeste do Brasil, com faixa etária entre 17 e 55 anos, cujos maiores acessos são de segunda à sexta-feira, entre 9h e 13h e entre 17h e 19h, sugerindo que sejam horários de trabalho. Todavia, após observações do perfil do público que curte a página oficial do site no *Facebook* e algumas conversas que tive com as leitoras do site, constatei que o público era composto por mulheres de classes populares, cuja maioria reside nos estados do Centro – Oeste, Nordeste e Norte do Brasil.

A pesquisa foi iniciada aliando observações dos conselhos do blog e participação em um grupo do MSN que tinha como objetivo aglutinar as leitoras para conversarem entre si e com os editores que apesar disso nunca estavam conectados ao grupo. A partir desse primeiro contato com o público reconheci o perfil das leitoras. O grupo era movimentado durante o dia, contando com a presença de mulheres bem jovens, com idades de 14, 15 anos até mulheres de 33 anos. Conversei com duas mulheres inicialmente: Julia, de 23 anos, residente em Goiânia, secretária em uma empresa de construção e estudante de engenharia civil em uma faculdade particular da região; e Renata, 33 anos, auxiliar administrativa, também residente em Goiânia. Ambas solteiras, procuraram pelo blog para entender o fracasso de suas relações. No entanto, o grupo teve pouco tempo de duração desde que comecei a pesquisa, sendo excluído pelos editores com a justificativa de que não tinham tempo de administrá-lo. Após esse canal de encontro com as leitoras, empreendi observações mais acentuadas sobre os discursos do site e através dos comentários às postagens, assim como de um mapeamento das pessoas que curtiam a página oficial do blog no *Facebook*, fiz alguns contatos no intuito de captar elementos que constituíssem o contexto social das pessoas que procuram por apoio nesse blog em específico. Adicionei então ao meu perfil pessoal do *Facebook* algumas leitoras que comentavam muito as postagens do site e na página do blog nessa rede social. Realizei ao todo cinco entrevistas, porém com a finalidade de fazer um panorama de suas realidades e reconhecer as diferenças que compunham esse cenário, já que meu propósito era mais centrado na análise das formas de subjetivação colocadas pelo olhar masculino no aconselhamento afetivo visualizado nesse âmbito.

As mulheres que tive contato possuem perfil semelhante às que participam de grupos de ajuda mútua na internet, como verificado pela pesquisa de Facioli (2013), que pertencem às áreas profissionais de administração, secretariado, docência do ensino básico, com níveis médio ou superior de escolaridade – em andamento ou concluído em alguns casos, geralmente realizados em universidades particulares. Negras em sua maioria, católicas, solteiras e heterossexuais, moram com os pais ou, em apenas um caso, com o namorado. A verificação

do perfil das leitoras a partir desses contatos com as entrevistas, assim como a observação inicial dos conselhos permite constatar a partir dos motivos que as levam a buscar por apoio emocional pelo blog que essas mulheres demonstram ter ascendido socialmente por meio do acesso aos bens de consumo e lazer recentemente em meio ao acesso às mídias digitais. Processo que segundo Miskolci e Facioli (2014, p. 3), “tem transformado de forma considerável o horizonte aspiracional delas e as posicionado frente a um maior critério de seletividade de parceiros e de avaliação sobre o relacionamento que compensa ser mantido ou não”. Entretanto, por trás dessa ascensão social ainda incipiente, existem ainda desigualdades de gênero que, inclusive fomentam a busca por apoio.

O blog apresenta-se, portanto, como um meio de informação e aconselhamento sobre as esferas dos relacionamentos e cuidados com a aparência femininas colocado de forma massiva nas mídias digitais, tal como nas revistas femininas, com a diferença de que atende de modo mais efetivo às mulheres que ascenderam socialmente nos últimos anos e, sobretudo, denota um modo de subjetivação destas sob o olhar e análise masculina, as quais, em suas vidas cotidianas parecem estar menos afeitas à atendê-las na compreensão de suas demandas emocionais. Além disso, os conselhos e dicas veiculados conduzem a uma forma de apoio emocional que, mais do que fornecer a visão masculina, as ensina a lidar com uma dinâmica que não mais as aloca a uma posição passiva de quem espera por um relacionamento, mas ao contrário, lhes exige concentração em torno de posturas e comportamentos que mantenham o homem interessado na relação.

Em um contexto no qual essas mulheres tem mais possibilidade de selecionar os parceiros, o site lhes oferece um guia de como conquistá-los e mantê-los, o que não significa argumentar que elas adquiriram agência total sobre os relacionamentos, mas que o site demonstra uma conjuntura na qual as solicitações femininas – tanto de aconselhamento (que me detenho mais nessa pesquisa), quanto de informações sobre cuidados com a aparência estão em diálogo também com as demandas masculinas, permitindo assim, uma análise que aponte para as relações de gênero desse público específico. É nesse sentido que o gênero, a partir da análise do *Cérebro Masculino*, remete “não um indivíduo e sim uma relação, uma relação social; em outras palavras, representa um indivíduo por meio de uma classe” (LAURETIS, 1994, p. 211). Sob essa ótica, equivale pensar que as relações de gênero constatadas pelo blog são também sistematicamente ligadas à configurações de desigualdades sociais, as quais articulam gênero com classe social e raça, conforme evidenciado mais à frente.

Assim, a partir dos primeiros contatos com as leitoras, a investigação revelou de modo semelhante às colaboradoras da pesquisa de Facioli (2013), que essas mulheres conheceram o site por meio de pesquisas realizadas na internet sobre como lidar com problemas com os parceiros. Portanto, as falas das entrevistadas são aqui reproduzidas não com o propósito de tratar com completude o universo da recepção do conteúdo do site, mas para fornecer elementos de entendimento dos motivos que as fazem procurarem por este tipo de aconselhamento ou como desembocaram no site no anseio de buscar por apoio para suas ansiedades nos relacionamentos. Contudo, o diferencial está no fato de que minhas colaboradoras gostariam, ao menos à princípio, de saber mais uma opinião masculina na tentativa de entender como lidar com os homens sem tanta preocupação, como destaca os exemplos abaixo:

eu conheci o site fazendo uma busca no google, de como esquecer uma pessoa que já está em um relacionamento, aí apareceu um texto do Cérebro Masculino, e fui conhecer o site e gostei mto, e curti a página no face. O que eu mais gosto é, que, como o nome já se diz "Cérebro Masculino" é de como os homens agem e pensam. Já me ajudou e continua ajudando em meus relacionamentos, como agir! (Rute, 23 anos, secretária, Itaueira – Piauí).

na época do meu "divórcio" tive um relacionamento sério com um músico (como eu) durante 11 anos... e de tantas fuleragens que ele aprontou, a última foi ficar com uma grande amiga na época...quando acabamos ele tentou voltar depois de um mês... e eu não entendi.como uma pessoa podia ser tão confusa...acho que procurei sobre isso. (Iolanda, 37 anos, professora de inglês, mora em Recife).

Conhecer a mentalidade masculina é um dos objetivos das leitoras para evitar os sofrimentos com as relações. Em certa medida entender as diferenças entre homens e mulheres de um ponto de vista que as naturalize as facilita ao conduzir a relação mesmo reconhecendo a necessidade de autonomia das mulheres, como ilustrado pelo depoimento abaixo:

Gosto da forma como a mentalidade masculina é expressada no blog. Mulher por natureza gosta de conversar, DR³⁰, perguntar... conversar de novo... o homem ele é diferente na forma de pensar... e saber a opinião sincera sobre certos assuntos sem que eles tenham pena de falar a verdade na sua cara... é libertador... é ótimo lidar com a abertura que uma sinceridade bruta pode te oferecer...e vc (mulher) começa a perceber que vc tb pode ter liberdade de ser diferente sim... Porém não acho que funcione forçar o homem a agir de uma maneira que não é natural dele. Saber disso evita um bocado de problemas de relacionamento. (Iolanda, 37 anos, professora de inglês, mora em Recife).

O site também oferece formas de atendimento pago no intuito de estender suas atividades além de artigos e aconselhamento gratuito para que consiga amplitude de público e oferecimento de serviços. Nesse caso, as leitoras recebem auxílio oferecido pelos editores através de e-mails ou por *Skype*, tendo mais prioridade nas respostas, atendimento exclusivo e ao vivo e acompanhamento de cada caso com análise detalhada. De acordo com informações obtidas por entrevista realizada por *Skype* com os editores, os planos de aconselhamento possuem muita procura desde que foram implantados, mas passaram por algumas modificações. No início da pesquisa havia planos exclusivos de aconselhamento particular e consultoria de beleza, porém, esta última foi retirada da proposta do site, devido à baixa procura e oferecimento concomitante de artigos específicos sobre o assunto³¹.

³⁰ DR é uma espécie de sigla para definir a expressão “Discutir a relação”, vista por minhas colaboradoras como típico da natureza feminina.

³¹ Os planos eram os seguintes: Plano fura-fila: Por R\$ 10,00 a leitora recebe uma análise completa do seu caso via e-mail em até sete dias. Plano Bronze: com duração de 10 dias à partir do pagamento de R\$ 20,00, esse plano oferece uma conversa de 45 minutos com um dos autores do blog via *Skype*; Resposta imediata; Privacidade: a história não é postada em lugar algum. Plano Prata: com duração de 20 dias a partir da confirmação do pagamento de R\$37,00, o plano conta com duas conversas de 45 minutos cada, com um dos autores do blog via *Skype*; garantia de que a história não será postada no site e análise completa do caso e resposta imediata. Plano Ouro: Com duração de 30 dias a partir da confirmação do pagamento de R\$55,00, dá direito a três conversas de 45 minutos cada, com um dos autores do blog via *Skype*, análise completa do seu caso, privacidade, resposta imediata; acompanhamento do seu caso: durante a validade do plano, a leitora pode enviar mais dúvidas via e-mail e receberá a resposta em até sete dias. Plano Diamante: Duração de 30 dias a partir da confirmação do pagamento de R\$70, o plano dá direito a: quatro conversas de 45 minutos cada, com um ou mais autores do blog (mediante disponibilidade de horários) via *Skype*, privacidade, possibilidade de ter conversas com diferentes autores escolhidos pela leitora, acompanhamento do seu caso: durante a duração do plano, a leitora pode enviar mais dúvidas via e-mail e receberá a resposta em até cinco dias. Consultoria de beleza: Com custo de R\$ 39,00 e conduzido pelo Fundador do site, esse plano oferece uma consultoria com duração de 1h, na qual “a assinante mostrará a sua pele, rosto, corpo, cabelo, além de roupas e acessórios. O consultor indicará suas qualidades e fraquezas e como aproveitar as primeiras e minimizar as segundas. Também analisará suas roupas e o que fica bem ou mal em você, além do cabelo, pele, maquiagem, etc”.

A proposta do site, portanto, abrange orientar as mulheres para lidarem melhor com os homens e com as relações afetivas, assim como auxiliá-las a adquirirem padrões de beleza e corporalidades que sejam atraentes ao olhar masculino. Sob o exame desses homens, elas entram em um processo conjunto de julgamento e auxílio que, por sua vez objetiva promover o que – a partir de De Lauretis – podemos compreender como uma efetiva tecnologia de gênero. Considerando que as mulheres que leem o site são em sua maioria das chamadas classes populares que tiveram acesso às mídias digitais a partir de políticas de aumento do acesso a computadores, *tablets* e *smartphones*, assim como a bens de consumo associados à cuidados com o corpo e a aparência, o site lhes fornece informações e consultorias para lidar com as esferas dos relacionamentos que parece estar se modificando e também com a construção de uma corporalidade.

O apoio mais significativo já aloca a posição das mulheres nos relacionamentos e indica por que tipo de situação estão submetidas, como se naturalmente os problemas se referissem à essas esferas exclusivas. Assim, os conselhos publicados são nas seções: “Dicas”, “Ex”, “Homens comprometidos”, “O que ele quer”, “Relacionamentos: problemas conjugais” e “Relacionamentos: traição”. Entretanto, uma leitura atenta permite situar tanto os conselhos como os próprios artigos em alguns eixos temáticos pelos quais perpassam as relações afetivas. Os exploro adiante, em uma análise na qual visualizo tanto as situações narradas quanto os conselhos fornecidos.

Da conquista ao namoro: a centralidade masculina

Os artigos sobre comportamento feminino e alguns conselhos para mulheres com dificuldades de entender o que um homem quer e se “ele está afim” são comuns no blog. Os conselhos demonstram, por conseguinte, a centralidade masculina desde seus discursos até pelo fato de serem escritos por homens, enfatizando sua autoridade na esfera afetiva.

Inicialmente, quando começaram as atividades no blog os conselhos eram assinados por pseudônimos como Dr. P. como abreviação do nome de um dos autores e Dr. Neurônio, remetendo mais uma vez a ideia de racionalidade que perpassa o pensamento masculino, em oposição a emotividade associada ao pensamento feminino que orienta as relações. Vale retomar que quando iniciei a pesquisa o blog possuía um grupo no MSN para que as pessoas que tivessem acesso ao site se comunicassem com os editores, entretanto, o grupo foi excluído posteriormente. Indagados sobre não promoverem outras formas de contato entre as leitoras

depois que esse grupo terminou, os editores me informaram que não tinham como meta constituir grupos no *Facebook*, por exemplo, por não disporem de tempo para manejarem e coordenarem as interações. O fato de não fundamentarem formação de vínculos entre as leitoras pode ser interpretado como um modo de manter a autoridade e centralidade masculina, além de promover circuitos apenas com os blogs direcionados ao público masculino, nos quais os editores também colaboram.

Nesse sentido, a abordagem do *Cérebro Masculino*, embora pareça compreender as mudanças sociais, no que tange a maior abertura para as mulheres investirem nas relações, enfatiza bem as posições de gênero e motiva um tipo de sociabilidade cuja eixo é a opinião dos editores. Desse modo, as respostas dos editores às solicitações das leitoras são indicativas dos elementos centrais que me dedicarei na análise do blog, por, sobretudo, apresentar sua inclinação ao tratar das esferas afetivas tendo como cerne três aspectos fundamentais que fortalecem a centralidade masculina da conquista ao namoro através da promoção de comportamentos e atitudes femininas. Há um apelo para o controle do homem no primeiro encontro, na medida em que uma mulher que se faz de difícil pode ser considerada inapropriada, simplesmente por não ceder às investidas do homem, demarcando um princípio preliminar de que ela deva estar disponível. Outrossim, o dinheiro parece estar mediando suas relações e o modo de lidar com a esfera financeira está calcado em uma perspectiva que avalia a real intenção de uma mulher na relação, pressupondo que amor e dinheiro sejam distintos e que possuem significados diferentes de acordo com o gênero. Por fim, o tom utilizado em praticamente todo o blog insinua uma espécie de avaliação moral negativa da conduta de mulheres que procuram por muitos parceiros, o que demonstra mais agência destas na escolha de com quem se relacionam, em detrimento de uma moral que incitava aos homens irem em busca das mulheres que estavam disponíveis para eles. Nesse aspecto, como pretendo mostrar ao longo desse subitem, há uma repulsa à figura da “perigete” e reforço do “homem alfa” – duas figuras recorrentes no discurso do *Cérebro Masculino*.

Com base nesses preceitos, o blog opera a partir de delimitações de gênero fixas, alocando o homem no lugar do “pegador” que não pode recusar nenhuma investida feminina, apenas no caso da mulher não ser atraente fisicamente. O exemplo abaixo permite elucidar esses lugares delimitados de gênero:

Caro Mr P.

Se uma mulher foi muito direta na abordagem e assustou um rapaz, que é pegador, como ela pode conquistá-lo? O cara quis um tempo pra decidir, mas o pressionei a decidir logo, daí ele não quis. O que faço?

Decidida leitora;

Muitas vezes, as aparências enganam. Quem você pensa que é um tigre caçador, na verdade, não passa de um gato acuado.

Sem querer entrar em detalhes, por menores e particularidades, no geral, as únicas mulheres que conseguiriam assustar um “pegador”, numa abordagem, são as “barangas”, “mocréias”, “bozengas” e afins. Levando em conta que você não está inserida nesses grupos, o seu assustado pretendente passa muito longe de ser aquilo que você diz. Se levarmos em conta que ele, ainda, quis um tempo para decidir, poderemos compará-lo a uma mocinha virgem perdida.

Mas se, mesmo sabendo disso, você, ainda, quer conquistá-lo, vamos pensar comigo:

Você, já, assumiu o papel do “caçador” e ele da “caça”. Não há dúvidas disso para todos. Não há, no momento, como mudar isso. Portanto assuma de vez seu lado predador e além de abordar de forma direta, finalize sua vítima assustada. Você não tem nada a perder com isso... Se acha que tem algo a perder, você já o perdeu na hora da abordagem, por isso não vai fazer mais diferença.

Não tenha vergonha de terminar o que começou. Agora, se não surtir efeito, é bom começar a refletir sobre os grupos citados no começo do texto.

Mr. P

Nota-se que a ideia de flexibilizar as posições nas relações, assumindo que a mulher pode tomar a iniciativa é colocada de modo a manter binarismos de gênero. Os próprios termos utilizados para designar determinadas atitudes já demonstram uma dinâmica desigual e fixadora de comportamentos, uma vez que o homem que recusa uma mulher é associado pejorativamente à figura de uma “mocinha virgem perdida” que hipoteticamente seria capaz de negar a aproximação de uma mulher bonita. Por outro lado, já que à mulher coube a atitude de “predadora”, é orientado que ela “finalize a vítima assustada” e caso não surta efeitos é por conta do fato dela se associar a grupos femininos desvalorizados como as “barangas”, “mocréias”, “bozengas”.

Por trás de um estímulo ao primeiro passo, visualizam-se discursos de gênero marcados pela rejeição a qualquer elemento que se associe ao feminino, colocado como vítima e incapaz de tomar qualquer atitude. Essa rejeição se ampara pelo apelo à mulher ser dominadora, apropriando-se de uma atitude associada ao masculino e pelo rebaixamento do homem que, cortejado, foge, culminando na sua associação inferior à presa. Em síntese, à mulher é permitido adotar uma postura decidida, que inclusive pode até ser atraente no flerte, no entanto, caso haja rejeição, o problema se coloca no que tange ao desprezo do feminino. O conselho demonstra um discurso misógino de que às mulheres cabem serem bonitas para não serem desprezadas e aos homens cabem não rejeitarem qualquer tentativa de proximidade feminina, os alocando à posição inferiorizada à qual as mulheres supostamente devam estar.

Diante disso, apesar do site demonstrar estar mais atento às mudanças sociais concernentes às suas leitoras que lhes modifica os horizontes aspiracionais e as relações por elas desejadas, aponta para preservação da posição masculina enquanto dominante nos relacionamentos, assumindo uma postura que mantém desigualdades de gênero. Permeia nesse discurso a possibilidade de maior agência feminina quanto à seleção dos parceiros e capacidade da mulher de tomar o primeiro passo para iniciar uma relação, desde que mantenha a posição do homem enquanto quem avalia tais iniciativas, cuja masculinidade é reforçada a partir dessa dinâmica que evidencia o caráter de seu lugar de quem não rejeita uma mulher, a não ser que esta seja não seja considerada dentro dos padrões de beleza femininos. Em outras palavras, embora o conselho se ancore na chance da mulher ter mais atitude nas relações, preserva a ideia de que elas estão disponíveis para os homens e que é sua obrigação estarem atraentes para não serem rejeitadas. Nessa empreitada, o site subjetiva as mulheres com vistas a preservar essa ordem de gênero. O insucesso nessa etapa da relação significa, por conseguinte, uma falha dupla que articula gênero e sexualidade, em que na relação heterossexual observada pelo site cada sujeito tem um roteiro a seguir: das mulheres que não se apresentam como desejáveis e, por isso, incapazes de conquistar um homem, assim como do homem que evita a relação, sendo designado ao lugar do deboche associado ao que é considerado inferior por se referir às esferas do feminino.

Acompanhando essa tendência, o blog também publica dicas de como as mulheres devem se vestir e se comportar de modo a adotar padrões socialmente aceitáveis aos homens. Se associar a figura da “periguete” é uma problemática recorrente de rejeição masculina e qualquer atitude que se aproxime disso deve ser colocada em vigilância nos termos do blog,

de tal modo que determinadas condutas, situadas como se fossem de periguetes, devam ser evitadas, como no exemplo abaixo:

5 coisas que te faz ser uma Piriguete

Olá meninas, seguem 5 dicas do que te torna uma Piriguete no olhar dos homens, fiquem atentas as dicas, para não errar na mão. Calmaaa, ninguém quer você a Santinha do mundo, é só umas dicas, para não ficar na boca do povo.

1- Saia / Shorts muito curto, mega decote.

O problema de usar essas roupas, não é exatamente a roupa em si, e sim como a mulher se comporta. Se ela falar muito alto, querer chamar toda a atenção do mundo é Piriguete na certa. Mas se estiver com um saia super curta e souber como se comportar, desde um simples andar até um leve cruzar de pernas, fica totalmente liberado. Usar os dois juntos, cuidado!!! Além de Piriguete, vai passar como a rainha da vulgaridade.

2- Ficar com mais de uma pessoa na Balada

Sim, infelizmente o mundo ainda é muito machista e uma mulher ficar com mais de um cara na mesma balada, pega bem mal. Principalmente daquelas que moram em cidade do Interior e que todos a conhecem, aí a coisa fica um pouco pior. A garota fica mal falada, inclusive pelas próprias mulheres... Sim mulheres são cruéis com sua própria raça. Logo vira a Piriguete de balada.

3- Fotos no Facebook

Se queimar nas redes sociais, pode ser mais fácil do que se imagina. Fotos de biquíni, cheio de bebidas e homens em volta, queima mesmo o filme. Se quer mostrar uma parte mais bonita do seu corpo até vale, mas cuidado para não ser tão aparecida e achar que está fazendo um ensaio sensual para a Sexy em plena rede social. Os homens são atraídos pela imagem, mas se você não quiser sexo apenas e alguém para ser seu, mostre algo mais que seus peitos no seu perfil.

4- Perfume forte

Piriguetes adora se entupir de perfume, daquelas que machucam o Olfato até de um elefante. Meninas, não é para ser a artista na descrição. Mas tudo que é exagerado, aquela que chamam muito a atenção, acaba extrapolando, ficando forçado e homem percebe.

5- Barraqueiras

Mulher que briga, grita e faz escândalos definitivamente é uma Piriguite de Plantão. Essas estão espalhadas por todo canto e os homens morrem de medo delas. Cuidado para não ser uma Barraqueira Piriguite, controle-se, respire e conte até 20 se precisar.

O termo “piriguite” ou “periguite” surgiu em Salvador e é derivado da palavra perigosa, designando mulheres que frequentam festas e exercem sua autonomia sexual livremente. Geralmente vistas de forma pejorativa, essa categoria também designa resistência à certos valores e moralidades que subjugam as mulheres a posições de subalternidade nas relações sociais e afetivas. As autoras Cerqueira et al (2012, p. 133) explicam:

O termo piriguite (ou periguite), de conotação pejorativa, tem sido usado (na música popular, na mídia, na conversa informal) para definir a mulher que não está adequada aos padrões tradicionais de conduta feminina, seja por ter muitos parceiros sexuais, seja por agir ou se vestir de maneira considerada provocante. A mulher piriguite é vista como um perigo para a sociedade, pois ameaça valores tradicionais com seu comportamento sexual fora de relações estáveis/aceitas ou pela exposição do corpo, que pode sugerir conduta inadequada. (CERQUEIRA, CORRÊA e ROSA, 2012, p. 133).

Analisando os corpos femininos a partir do pagode baiano, Nascimento (2010, p. 6) argumenta que a construção social da periguite intersecciona marcadores sociais da diferença como raça, classe social, gênero e sexualidade, remetendo “ao estereótipo dessa mulher negra das camadas populares cuja cultura não leva a sexualidade para um tabu, que participa dos shows protagonizando as coreografias das letras e, principalmente, sabe do seu desejo e quer viver o momento”. Além disso, as periguetes são geralmente associadas às mulheres que se envolvem sexualmente com homens com a finalidade de obter ascensão financeira e por este motivo são também desqualificadas por serem denominadas de interesseiras.

A figura de uma mulher sedutora, adotando corporalidades mais livres e autônomas em relação aos homens, se transforma em uma ameaça social, cujo temor se vincula à aspectos de gênero, sexualidade, raça e classe social. A evidência de um grupo de mulheres vindo de classes populares e, majoritariamente negras, coloca em risco tanto modelos de relacionamentos baseados em figuras de mulheres recatadas e submissas aos homens, quanto

a possibilidade de ascensão social via relação afetiva³². Ainda, o exercício de uma sexualidade independente de alguma relação e à serviço da ascensão social ou simplesmente do prazer sem compromisso embaralha padrões de gênero, desarticulando relações de poder. De acordo com as dicas do *Cérebro Masculino*, observa-se que os homens temem a Periguete e, justamente por deslocar sentidos de posições de gênero, sobretudo, que se sobressaem no espaço público, podem revelar inseguranças de uma masculinidade não tão propensa a entender as configurações dos relacionamentos que permitem mais autonomia feminina.

As dicas veiculadas pelo *Cérebro Masculino* visam, assim, oferecer uma espécie de guia para que as mulheres se adequem socialmente, de modo a evitar associações com as periguetes. Desde modos de se vestir, falar, se comportar, não se tornar uma periguete, na visão do site, é não adquirir visibilidade excessiva no espaço público e não chamar tanta atenção em um espaço historicamente destinado à evidência masculina. Os limites estabelecidos para definir a periguete são colocados no âmbito da corporalidade articulada às relações sociais que permeiam suas vidas. Nesse caso, as mídias digitais se tornam uma ferramenta de avaliação moral dessas mulheres, na medida em que ter uma vida social exposta nas redes sociais que combine festas, bebidas, amizades com diversos homens, roupas e atitudes consideradas extravagantes pode transmitir a mensagem de disponibilidade sexual para qualquer tipo de homem. Desse modo, o contexto de ampliação dos usos das mídias digitais no Brasil explicita as mulheres identificadas socialmente como periguetes, na medida em que elas são reconhecíveis nessas instâncias.

Logo, o *Cérebro Masculino*, tendo como público específico mulheres desse segmento social, promove conselhos e dicas, funcionando como um tipo de guia para que as mulheres que tiveram ascensão social recente não sejam associadas à negritude, promiscuidade e pobreza, sinais de perigo diante de um contexto em que as classes populares ganham mais visibilidade, acessam as mídias e obtêm mais oportunidades de consumir. A tecnologia de gênero que se efetua nesse âmbito subjetiva essas leitoras transcendendo os limites do gênero, se articulando a classe social, sexualidade e raça. Em consonância a isso, são empreendidas formas de gestão das emoções, corporalidade, consumo e também de moralidades em torno dos usos das mídias digitais – que podem denunciar seu pertencimento de classe social e raça - que visam ajustar essas mulheres a uma conduta que preserve modelos de relações heterossexuais e monogâmicas, cuja centralidade masculina é mantida como inquestionável.

³² Uma discussão sobre modelos de relações baseados no amor romântico interseccionada com classe social, sexualidade e gênero também foi feita por Facioli no link <<http://www.ufscar.br/cis/2013/02/quem-tem-medo-da-periguete/>> Acesso em 03 nov. 2014.

De modo complementar ao trabalho desenvolvido no *Cérebro Masculino*, os editores trabalham em outros projetos que se dirigem aos homens. O mais promissor deles se trata do QPT – Querer é poder, tente – site com artigos sobre comportamento, moda, dicas de como conquistar mulheres e que também oferece treinamentos online à homens interessados em desenvolver habilidades de relacionamentos, profissionais e pessoais. Em algumas matérias do *Cérebro Masculino*, os conselhos, opiniões e até mesmo artigos são escritos por membros do QPT. O artigo abaixo demonstra que as orientações para não se tornar uma perigete se complementam às dicas de como atrair um tipo de homem considerado como adequado:

Dez Dicas Para Conquistar um Alfa

Diferentemente da maioria dos homens, um alfa, além de entender do mundo feminino, possui uma sensibilidade apurada. Por isso, conquistá-lo da maneira com a qual a maioria das mulheres estão acostumadas é uma tarefa quase impossível. Porém, seguindo essas dicas, suas chances de obter êxito se elevam do zero absoluto para altos patamares:

1-Seja sincera

2-Não faça joguinhos

3-Não tenha ação “A” querendo despertar ação “B”

4-Não seja interesseira

5-Procure pagar seus gastos

6-Não force situações

7-Não fale sobre “ex”

8-Não fique se autopromovendo

9-Seja simples

10-Tenha uma boa perspectiva de vida

Na página do QPT que se destina a explicar o conceito de macho alfa situa-se a seguinte definição:

O macho alfa é o indivíduo superior. É a criatura que, considerando os outros indivíduos ordinários da mesma espécie, possui maiores possibilidades de sobreviver – em virtude de suas qualidades individuais, força física, destreza para caçar, capacidade para liderar e tomar decisões etc. A autoridade do macho alfa não é uma concessão, não é fruto de uma

votação ou de qualquer outra forma de convenção de opiniões. A autoridade e o poder do alfa são produtos de sua própria superioridade como indivíduo excepcional. É uma autoridade que decorre do mérito pessoal. Ela se manifesta de forma natural e espontânea. Além de possuir maior capacidade de sobrevivência pessoal que os outros indivíduos ordinários, pelas suas qualidades, força, capacidades, destreza, inteligência etc, o alfa também possui uma maior capacidade de sobrevivência genética. Ou seja, ele é o tipo de macho que todas as fêmeas, de qualquer espécie, possuem uma irresistível inclinação a se sentirem atraídas e a aceitar as suas investidas. A maior capacidade de sobrevivência pessoal do alfa desencadeia a sua maior capacidade de sobrevivência genética. Como o alfa é um indivíduo superior, as fêmeas possuem um grande interesse em copular com ele e em conseguir conquistá-lo. Dessa forma, os alfas possuem uma capacidade extraordinária para atrair e conservar um número muito grande de fêmeas e, por conseguinte, possuem uma maior extensão de poder para disseminar os seus genes superiores na terra, através dos seus descendentes.

[...] Na natureza, os alfas possuem mais prestígio e instigam mais respeito do que os betas; entre nós, é a mesma coisa. Na natureza, os alfas possuem preferência na hora de partilhar os bens materiais do grupo, pois como ele é o indivíduo que caça melhor e que torna a atividade da caça exitosa para todos, merece um quinhão maior no momento da partilha; entre os seres humanos, é a mesma coisa (ou seja, as maiores capacidade de um homem oportunizam para ele as melhores recompensas).

Um alfa é o indivíduo masculino que mais se aproxima da perfeição, em todos os aspectos. Se pudesse ser criado em laboratório o homem perfeito, o resultado do experimento seria um indivíduo com personalidade e qualidades alfa. O fato de um alfa ser considerado um homem “quase-perfeito” necessariamente faz com que a busca para se tornar um deles seja um esforço sistemático, ininterrupto, intenso, e perpétuo. O Alfa é o macho, forjado a ferro e fogo, pelo tempo e pelos seus próprios esforços.

A derivação do “macho alfa”, advém da área de zoologia e, por isso, quando se refere à homens, remete à noção de uma masculinidade essencializada e dominante. De acordo com a explicação acima do site QPT, o alfa se caracteriza por sua proximidade com conceitos que aludem ao universo de outras espécies animais que justificam sua suposta superioridade tanto genética, quanto social. A explicação remete à um ideal de perfeição ao qual o alfa se aproxima, “como se fosse criado em laboratório” ou ao “macho forjado a ferro e fogo pelo

tempo e seus próprios esforços”. Através do trabalho em cima de aptidões como “sedução, força, destreza, inteligência, etc”, propagadas no site do QPT, a construção de um alfa se ampara em um processo que se dá, sobretudo, em cima da resistência ao que considera como inferior, designando outros tipos de masculinidade e sua relação com as mulheres, as quais lhes são submissas.

Sendo assim, o alfa, por ser raro e representar o líder de um grupo, requer esforços maiores de conquista por parte das mulheres, já que nesse discurso, ele é colocado como indivíduo superior que conta com todas as “fêmeas” à sua volta com o desejo de conquistá-lo. Nesse ponto observa-se que a concepção de que as mulheres estão totalmente acessíveis é complementada com a capacidade do alfa de atraí-las naturalmente a partir de suas qualidades superiores trabalhadas. É reforçado o ponto de vista de que os homens não precisam se esforçar para conquistá-las – o que reverenciaria uma ordem na qual a mulher assumiria a centralidade na situação – antes, as mulheres atraem-se e disputam entre si pelo alfa, corroborando assim o pressuposto adotado pelo blog de que elas estão disponíveis e a partir do conteúdo fornecido pelos conselhos, dicas e artigos, são subjetivadas para despertá-los interesse para as relações. Tal discurso, por sua vez, fortalece a ideia de que a condição de alfa é algo que se obtém com treinamentos e desenvolvimento de determinadas habilidades ocasionando um processo em que o alfa construído a partir disso, se essencializa enquanto indivíduo dominante, como verifica-se nesse trecho:

Uma questão importante é saber que, em geral, nenhum indivíduo já nasce com as qualidades alfas já em processo de germinação automática em sua personalidade. A condição de alfa geralmente é conquistada, através de muitos esforços, muitos desafios, muitas privações e provações, muito empenho, e uma patológica disposição para progredir, evoluir e exercer poder. A grande dificuldade em se tornar um alfa explica o porquê de, apesar de possuírem maiores chances de sobrevivência individual e genética que os betas, estes sempre existem em número muito mais abundante do que aqueles.

Em suma, esse processo culmina em uma subjetivação desses homens que fazem parte do QPT, através principalmente da noção de que um alfa não precisa aprender a conquistar as mulheres, uma vez que elas estão ao seu alcance. Para mantê-las dessa forma é necessário apenas que reforcem continuamente uma performance de masculinidade que não falha na manutenção do interesse feminino. Sendo assim, a subjetivação proporcionada pelo blog tanto

no sentido de prover ensinamentos para as mulheres, quanto o site desenvolvido conjuntamente com o objetivo de trabalhar habilidades masculinas de se tornar um alfa são ilustrativos do caráter performativo do gênero, que de acordo com Butler (2003, p. 33) “é a contínua estilização do corpo, um conjunto de atos repetidos no interior de um quadro regulatório altamente rígido e que se cristaliza ao longo do tempo para produzir a aparência de uma substância, a aparência de uma maneira natural de ser”.

Somado a isto, nota-se que o guia de como conquistar um alfa e de como não ser uma perigete se integram, na medida em que operam nos âmbitos de recomendar às mulheres uma conduta que se afaste de interesses financeiros na relação, assim como qualquer tendência que a vincule a qualquer condição de destaque maior que o “homem alfa”. Por outro lado, o “homem beta” representa o contrário do alfa, sujeito às condições e regras colocadas pelas mulheres e em posição inferior ou de igualdade frente a esta. Portanto, a partir desses guias que orientam as mulheres a conquistarem um “alfa” e a não serem “perigetes” visualizam-se relações de gênero cuja dinâmica gira em torno da manutenção de uma masculinidade considerada prestigiosa, aquela capaz de seduzir e disciplinar mulheres que não se conformem aos padrões fixos de gênero. De outro modo, essa masculinidade se relaciona com outra a qual busca se contrapor, subalterna e mais próxima do que é considerado como feminino.

Isto posto, a partir de conselhos, artigos de orientação ou respostas breves de questionamentos que envolvem o universo da conquista e de como se iniciar uma relação, o *Cérebro Masculino* promove uma dinâmica de sociabilidade, mesmo que seja assíncrona, que reforça moralidades de relacionamentos nas quais a centralidade é o tipo de masculinidade que os editores consideram adequada, em detrimento das que considera subalterna. Desse modo, deve ser considerado a partir da concepção de Raewyn Connell (2005, p. 43) o caráter relacional do gênero, em que a autora argumenta que “masculinidade e feminilidade são inerentemente conceitos relacionais”, do mesmo modo que as relações entre masculinidades se pautam em pluralidades. Os discursos promovidos por ambos os sites são ilustrativos do aspecto relacional que define o gênero, haja vista que, as feminilidades subjetivadas por essa modalidade de apoio emocional estão em constante diálogo com as consideradas inferiores, assim como com as masculinidades que fazem parte dos discursos produzidos pelas atividades dos editores dos blogs. Em um campo de lutas entre o que deve ser considerado legítimo nesse contexto se definem masculinidades hegemônicas como as que se aproximam do “macho alfa”, em prejuízo das que se aproximam do “macho beta”. O mesmo ocorre à

respeito das feminilidades, que através do discurso do blog, são subjetivadas em contraste com as consideradas inadequadas, como a figura da perigete.

Ainda, a sociabilidade na qual o blog ampara-se visa, por conseguinte, promover mais visibilidade para os editores e usuários do *QPT* que escrevem no *Cérebro Masculino* com a intenção de oferecerem ao público feminino que acessa o site, subsídios para que se assemelhem às mulheres que gostariam de se relacionar, numa possível tentativa de com isso poderem colocar em prática os ensinamentos propagados na comunidade de se constituírem enquanto “machos alfas”.

Não obstante, o blog aponta para elementos que podem caracterizá-lo como discordante do quadro de mudanças sociais e econômicas que afetam a vida de suas leitoras, em especial, se tratando de suas relações de gênero. Em uma conjuntura social em que as mulheres que buscam por apoio nesse tipo de modalidade representada pelo *Cérebro Masculino* adquirem acesso aos bens de consumo e lazer, assim como às mídias digitais, é possível apontar que houve uma expansão de seus respectivos mercados amorosos para além de seu entorno social apenas. A capacidade desse estrato da população de consumir desde produtos de beleza, veículos, adentrar a esfera pública de lazer e constituir relações mediadas digitalmente reconfigura e aumenta o escopo de suas relações afetivas. Ainda, à luz do pensamento de Illouz (1997), o contexto analisado aqui de aumento do repertório cultural de lazer das classes populares alcançado nos últimos anos, parece inserir essas mulheres, ainda que modestamente, em uma economia política do romance. Essa economia se desenvolveu na sociedade americana juntamente com uma cultura capitalista, de modo mais marcado no início do século XX, que inseriu o amor em práticas românticas de consumo:

De modo geral, economia política pode ser definida como o estudo dos modos pelos quais uma desigual distribuição do poder em relações sociais é moldada, mantida, reforçada pela organização da economia. Eu chamo aqui de “economia política do romance” as relações de classe que tornam possíveis e sustentam a incorporação do romance dentro de práticas econômicas na esfera do consumo. Essa nova matriz cultural e econômica reforça ou alivia diferenças sociais? Exclui homens e mulheres das classes trabalhadoras do que as classes médias determinam como formas legítimas de *dating*, como no caso do “*calling*” [ligações telefônicas], ou facilita sua integração dentro da nova ordem da classe média? (ILLOUZ, 1997, p. 66).

A economia política do romance denominada por Illouz refere-se às relações entre amor e dinheiro em um contexto de mercado de consumo capitalista. Ou seja, pode ser compreendida como o modo pelo qual o uso do dinheiro configura os rituais amorosos na

medida em que media essas experiências no contexto de mercado de consumo capitalista que introduz as relações amorosas em um cenário público de lazer. Entretanto, como consta acima, Illouz se questiona se essa inserção das relações amorosas no mercado capitalista constituindo rituais não reforça desigualdades sociais, excluindo sujeitos de práticas como o “*dating*” ou, por outro lado não os integra. Somado a isto, a autora levanta algumas objeções à ideia de economia política do romance. Uma delas se refere às particularidades de gênero que a comodização do romance pode assumir, por exemplo, com relação ao namoro, requerendo comportamentos diferenciados para homens e mulheres.

Os rituais românticos estabelecidos pelo namoro a partir do início do século XX colocam a expectativa de que os homens paguem pelo lazer do casal, o que na concepção de Illouz enfraqueceu o controle tradicional das mulheres no namoro e conferiu aos homens, regulamentando assim as relações de gênero. Se era esperado dos homens pagar pelo lazer, eles teriam o direito de iniciar ou encerrar um encontro romântico, inaugurando formas sem precedentes de controle masculino. Nesse período histórico de instauração do “*dating*”, dos homens era esperado que pagassem pelo encontro e das mulheres que gastassem dinheiro com a aparência. Em resumo,

O mercado construiu e reforçou definições de masculinidade e feminilidade que fez ambos, homens e mulheres, dependentes de diferentes práticas de consumo, práticas que eram, em última análise, congruentes com os interesses dos capitalistas empreendedores, sejam eles vendedores de produtos de beleza, gasolina, ou ingressos de cinema. Pelo fato de as mulheres terem abraçado ao invés de resistir à distribuição de papéis dentro do sistema de namoro, este sistema favoreceu os homens com a renda excedente necessária e tendeu a discriminar os homens com muito menos recursos (ILLOUZ, 1997, p. 74).

Contudo, o reforço do controle masculino das relações alçado pelo mercado não impediu que as mulheres pudessem ter um escopo de autonomia frente às relações. Illouz verifica que o “*dating*” não só retirou os encontros amorosos do enquadramento familiar, inserindo a possibilidade das relações amorosas serem experienciadas em espaços públicos, como também a partir disso ampliou o leque de parceiros disponíveis para as mulheres, aumentando sua capacidade de agência. Nas palavras da autora:

Embora seja verdade que o mercado reforçou a definição de feminilidade baseado em “sedução” e “beleza física”, a combinação do etos hedonista do consumo e do ideal de romance, paradoxalmente, proveu às mulheres com uma narrativa de autorização da libertação pessoal que sustentava ideais mais amplos de auto-realização, autonomia e reivindicações de igualdade. Esta narrativa já estava contida na ideia do amor romântico como a

justificativa para a escolha de um parceiro. O amor romântico, por definição, contém a ideia de que a escolha de um parceiro é feita livremente em vez de ser coagida e que os sentimentos dos parceiros devem ser iguais e recíprocos. Esta visão de um sujeito amoroso autônomo foi ressaltada pelos valores da libertação e auto-expressão cultivada pela cultura de consumo em geral, e pela publicidade, em particular. O que é mais, deslocando o encontro a partir dos limites da casa para a esfera pública e anônima de diversões, namoro ampliou o leque de parceiros disponíveis para as mulheres e aumentou seu senso de autonomia e empoderamento. (IDEM, 1997, p. 74-75).

A reflexão de Illouz é oportuna no sentido de visualizar de que modo o mercado de consumo capitalista, em especial relacionado ao lazer público, remaneja as relações amorosas para além do cenário restrito e privado das famílias. Ademais, sinaliza as especificidades de gênero visualizadas no âmbito da economia política do romance. Entretanto, a autora analisa o surgimento dessa cultura em contexto americano, sociedade mais inserida no mercado de consumo capitalista. Um desdobramento dessa reflexão para o cenário brasileiro recente pode apontar para a ascensão das classes populares e fortalecimento de uma cultura de consumo mais expandida para estes estratos da população que sugere mais autonomia das mulheres em suas relações afetivas. Deve-se considerar que segundo Illouz (1997, p. 7-8), o amor é local privilegiado para a experiência da utopia e que esses significados utópicos foram experimentados através da realização de rituais românticos, bem como veiculados pela publicidade, cinema e revistas. A inserção na cultura de consumo mais acentuadas das mulheres que buscam por apoio emocional pelo blog *Cérebro Masculino*, sugere que seja um modo delas obterem mais autonomia frente às relações, colocada ainda de modo desigual de gênero, mas que pode indicar uma propensão maior de almejam por uma utopia através do amor romântico. Logo, o campo assinala que há uma inserção e ampliação dessas mulheres em um mercado amoroso - que pode, inclusive, se dar pelas mídias digitais - que as solicita ir em busca de apoio que ensine a lidar com essas novas configurações, principalmente no que tange à conquista dos homens.

O blog, por sua vez, aponta para uma subjetivação que pretende mantê-las na chave do discurso de que estão ainda no alcance pleno dos homens e não apenas isso, pois têm a obrigação de aprender a conquistá-los, já que estes estão em um patamar superior de masculinidade que não lhes coloca a partir da necessidade de ir em busca de mulheres. Se o acesso a bens de consumo parece aumentar as expectativas por igualdade de gênero dessas mulheres quanto às relações amorosas, para esses homens, isso é lido ainda no eixo em que devem ter o controle. Em síntese, a forma de apoio emocional ilustrada pelo blog surge com a

ascensão das classes populares em um cenário de consumo e lazer, sobretudo nas mídias e esse apoio funciona, em última instância, no intuito de eliminar qualquer aspecto que associe essas mulheres com a figura estigmatizada da perigete, numa tentativa de gerirem suas emoções, corporalidades, conduta afetivo/sexual, assim como hábitos de consumo.

Ademais, o blog concebe o que entende por feminismo tendo apenas como eixo os rituais amorosos que se colocam em espaços públicos de lazer, sendo frequente uma resistência sob o jugo de nos discursos com os quais convivem se tratar, na verdade do que qualificam como “pseudo-feminismo”, considerado por um dos editores como:

A maior hipocrisia existente nos dias atuais, o feminismo quando apenas lhe convém, eu quero receber igual, trabalho igual, poder pegar todos e transar com qualquer um sem ser chamada de puta...mas quando sairmos, o cara paga a conta e me pega em casa, paga motel, pq mulher rachar é ridículo, e eu posso fazer tudo que quero, mas os homens não, como falei, somos a favor da igualdade, em todos os aspectos. Contra machismo e contra o feminismo. (Davi, 28 anos, mora em Recife).

O repúdio ao que é considerado como pseudo-feminismo, surge assim, como uma ideia que se coloca como uma espécie de versão feminina do machismo. O pseudo-feminismo é enxergado assim como uma reivindicação de igualdade que quando “lhe convém” parece abusar dos homens e retirá-los o privilégio exclusivo de manter atitudes que os aloquem em posições hegemônicas. Em artigo sobre o assunto no blog, em torno de frases como “homem tem medo de mulher independente. Pior ainda, homem tem medo de mulher que bomba”, consta uma explicação detalhada dos motivos que os colocam contra o que designam de “pseudo-feminismo”, cujos trechos reproduzo abaixo:

Em primeiro lugar, homem não tem medo de mulher assim, ele simplesmente NÃO GOSTA. Quero que você me diga se gostaria que um namorado seu fosse pra night encher a cara, subir no balcão e ficar na avacalhação se um dia você estivesse cansada para sair. Acho que não, né? Iria preferir que ele fosse na sua casa com um filme, pipoca, chocolate e refrigerante, ou estou enganado? Se você pode sair se ele não quiser, ele também pode. Direitos iguais! Segundo, não há problema algum em namorar uma mulher popular, que tenha amigos, que seja independente... muito pelo contrário, É EXCELENTE! Quem não quer uma namorada que tenha vida própria e não precisa ficar te ligando de 10 em 10 minutos, ou

te acordar de madrugada para dizer que pegou uma gripe, ou que te envie um whatsapp informando que sua unha quebrou, etc? Todos os homens querem uma assim, acredite.

Agora vamos à definição de independente, é alguém que não depende de ninguém. Pra começar, independente é aquela pessoa que mora sozinha e se sustenta, sem ajuda dos outros... São raras pessoas assim... agora se está se referindo a independente psicologicamente é o sonho dos homens, pelos motivos citados acima..

Outro ponto: se a mulher quer ser pau a pau com o homem, então são direitos iguais...se ele está sem dinheiro, ela paga TUDO (inclusive motel, afinal, o prazer é dos dois, não é?)...se ela está sem, ele paga.. Se os dois tem, racham as contas (TODAS). “Ah, mas como assim, a mulher pagar motel ou pagar a saída toda? Isso é papel do homem!” – você pensa... Hum... não eram direitos iguais? Se são direitos iguais, obrigações também. O feminismo prega a igualdade entre os dois.

[...] Achou um absurdo isso que falei? Eu usei a ótica da IGUALDADE entre os sexos, que vocês tanto pregam. “Ah, mas não é essa igualdade que eu quero. É a igualdade de poder sair, transar com qualquer um e não ser taxada de puta, de não estar nem aí pro cara, de receber igual e ter as mesmas oportunidades, mas não quero as obrigações. Afinal, o HOMEM tem as suas obrigações. Ele é o HOMEM!”, você pensa.. Detecto hipocrisia? Então, você apenas quer igualdade nas vantagens, mas nas obrigações não? Apenas igualdade quando lhe convém, não é? Esse conceito de igualdade está meio diferente do que conheço. Então, depois de explicado porque chamo isso de pseudo-feminismo, farei uma análise final dessas mulheres.

Esse pensamento também prega que uma mulher se equipare ao tipo que ela NÃO GOSTA e reclama (fazendo tudo que não gosta em um homem), vai apenas ser uma mulher que os homens não gostam... como falei, não é medo, é desinteresse.. Se existem homens cafajestes, o correto é se afastar deles, não imitá-los...ainda tem muita gente boa por aí..

Esse artigo consolida a centralidade masculina apregoada pelo blog, na medida em que detalha e critica elementos considerados pseudo-feministas apenas sob a perspectiva de relações entre homens e mulheres. O discurso de que homem não tem medo, mas que simplesmente não gosta de mulheres que exercem uma vida social e sexual mais ativa e por este motivo não tem interesse de se relacionar com uma, preconiza um tipo de relação na qual a independência feminina é pensada apenas nos termos em que se coloca submetida à masculina. A independência e autonomia são concebidas no que concerne às relações íntimas

que se colocam no âmbito de permitir que uma mulher não seja dependente emocional e financeiramente de um homem, aliviando qualquer carga de comprometimento que possa ser requerida nesses quesitos. Porém, isso se dá num sentido de que as relações sociais das mulheres estejam constantemente sob tutela masculina, evitando qualquer de julgamento público sobre sua conduta, classificando-a como um tipo de mulher que não honra seu parceiro. A igualdade difundida nesses discursos, por sua vez, sinaliza a possibilidade da mulher ter liberdade, desde que, assim como o homem, tenha obrigações, inclusive de não se equiparar a cafajestes dos quais sempre foi culpada de atrair.

O contexto de ascensão social das classes populares revela a partir da análise do *Cérebro Masculino* que ainda existem desigualdades de gênero mantidas no interior das relações afetivo/sexuais das mulheres que buscam por apoio pelo blog. Se essa ascensão lhes garante um olhar atento a essas dinâmicas desiguais ao ponto de fazê-las procurar por apoio e ainda, almejem por relações mais negociadas, para os homens que as aconselham há um nítido incômodo com essa conjuntura social que aponta para mais autonomia e agência feminina. O desinteresse aparece relacionado ao aspecto em que há maior mobilidade dessas mulheres de frequentar lugares públicos de lazer e poder se sustentar sem a necessidade do homem. Além disso, denunciam aspectos nos quais o domínio sobre a mulher se embaralha, já que suas demandas emocionais sobre as relações podem ser maiores diante dessas transformações.

As relações de apoio emocional colocadas pelo *Cérebro Masculino* em consonância com o site masculino QPT, apontam para a necessidade de tratar não apenas as feminilidades subjetivadas, como também as masculinidades forjadas nessas relações. Nesse sentido,

Ao invés de tentar definir a masculinidade como um objeto (um tipo natural de caráter, uma média comportamental, uma norma) nós precisamos focar nos processos e relações através dos quais homens e mulheres conduzem vidas generificadas. “Masculinidade”, na medida em que o termo pode ser brevemente definido, é simultaneamente um lugar em relações de gênero, práticas através das quais homens e mulheres envolvem este lugar em gênero e os efeitos dessas práticas em experiência corporificada, personalidade e cultura. (Connell, 2005, p. 71).

Diante disso, é possível constatar que o blog apresenta um projeto de masculinidade – nos termos de Connell (2005) – que, mesmo em alguns momentos moderados no que se refere ao machismo averiguado pelas leitoras e minha interlocutora – não coincide completamente com projetos de feminilidade dessas mulheres que ascenderam socialmente e por este motivo,

requerem relações mais negociadas e igualitárias. O projeto de masculinidade deles até vislumbra a possibilidade da mulher adentrar mais no espaço público de lazer, de solicitar mais negociações emocionais nas relações, desde que ainda mantenham o homem como alguém que deve ser conquistado e, sobretudo honrado publicamente, de modo que a mulher não deva adotar condutas que o exponham. O que está em jogo se trata do medo de expor que o homem não mais tem o controle pleno da mulher nas relações, seja no que tange a sua corporalidade, aos usos das mídias digitais, ganho financeiro maior ou igualitário no trabalho, por que estas tem a possibilidade, ao menos de refletir e requerer por condições menos desiguais de suas relações.

Peso emocional e subalternidade: moralidades em favor da família e do casal heterossexual

Relatos de sofrimento conjugal, infidelidades e dependência financeira ocupam uma posição de destaque nos conselhos do *Cérebro Masculino*, corroborando um lugar de subalternidade vivenciado pelas leitoras que procuram por apoio. Os discursos veiculados pelo blog, por sua vez, sustentam um ideal de estabilidade da relação e moralidade familiar não correspondente às realidades das leitoras, tidas muitas vezes de modo patologizado.

Caro Mr. P

A convivência com meu marido está difícilíssima. Ele sai muito, bebe muito, nunca tem hora para chegar em casa e não quer me levar para sair. Ele é muito rico. Vive jogando na minha cara que eu dei o golpe da barriga, que ele não queria ter filho, que não gosta de mim, que foi obrigado a morar comigo e que só está comigo por causa da nossa filha de três anos, de quem ele diz não abrir mão, caso eu o deixe.

Gosto muito dele, ele me dá de tudo. Porém, queria mais atenção, mais respeito. Ele não está nem aí para nada. O que devo fazer?

Humilhada leitora;

Será que vestir roupas de grife, dirigir carros luxuosos, viver em mansões, apresentar curvas perfeitas e atraentes curam as feridas de uma alma que vive de forma miserável? Apaziguam e acalentam uma mente conturbada por conflitos? Amenizam a dor de uma existência marcada por humilhações?

Uma pessoa que é infeliz, justamente, no local onde deveria ser o seu refúgio de paz e tranquilidade, o seu lar, o seu carregador de energias para enfrentar as turbulências diárias do mundo moderno, pode possuir todo o dinheiro do mundo, mas não viverá em paz, não terá uma mente tranquila, muito menos, atitudes amorosas e serenas. Em outras palavras, passará longe de viver uma existência feliz e prazerosa.

É necessário que tenhamos um ambiente saudável, acolhedor e amoroso, mesmo que momentaneamente solitário, tanto no nosso espaço particular externo, nosso lar, quanto no interno, nossa mente, para que possamos evoluir como ser humano.

Uma mente saudável é confiante, tranquila, corajosa, determinada, serena, consciente das suas qualidades e limitações. Um mente saudável não desrespeita, não humilha, mas também, não aceita desrespeitos, nem humilhações.

Um lar saudável é aquele local que temos o prazer de retornar depois de mais um dia de trabalho, de estudo e, não um lugar que, arrumamos qualquer motivo para retardar nosso retorno. É um ambiente que deve ser nosso reator e não nossa criptonita.

Somos responsáveis por nossas escolhas. Colhemos o ônus e o bônus advindos delas. Durante a vida, fazemos diversas vezes a escolha errada. Errar, reconhecer o erro e mudar as atitudes, os pensamentos, as ações para não cair no mesmo equívoco faz parte do aprendizado do ser humano e o enobrece como espécie pensante. Agora, errar, reconhecer o erro e insistir, persistir nele é uma atitude doente e, completamente, auto-mutilante.

Queres ter a coragem para promover um recomeço e tornar sua existência prazerosa ou continuar canibalizando-a em troca de migalhas que não alimentam sua alma, nem seu coração?

Mr. P

Observa-se pela narrativa da leitora que, mesmo que haja uma situação de sofrimento e humilhação, o rompimento não se assenta como uma possibilidade, já que o marido lhe oferece estabilidade financeira e material. Tal estabilidade parece ganhar um significado subjetivo ainda maior a partir do momento em que o marido ameaça requerer a guarda da filha, sob o argumento de que a esposa era interesseira e havia dado o “golpe da barriga” para casar com um homem rico. Evidenciam-se dinâmicas de gênero e classe social que apontam para a tentativa de preservação do casamento, mesmo com todos os problemas que ele apresenta. No caso, a dependência financeira da leitora parece justificar um dos atributos pelos quais ela ainda mantém a relação, pois o fato do marido lhe “dar de tudo” demonstra ser

o elemento central que a permite constatar algum benefício que a isente da necessidade de terminar essa relação. Vale recuperar nesse sentido, o debate feito por Illouz (1997:75) sobre as relações entre amor romântico e dinheiro, sendo definida em contraste entre essas esferas:

No amor romântico moderno, dinheiro e status social não devem interferir com o sentimento e escolha de um parceiro apenas por estes motivos é geralmente considerado inadequado. Este ideal "desinteressado" está em nítido contraste com a visão abertamente reconhecida do casamento como uma transação econômica e até mesmo rentável que antecedeu o surgimento do moderno ideal romântico. Na verdade, é a rejeição de "interessados" ou ação calculada que está no cerne do moderno ideal romântico (e ideologia). Assim, em contraste com a natureza abertamente "interessada" do casamento tradicional, romance moderno é equiparado com desinteresse.

Na esteira da discussão feita por Illouz sobre a definição do amor romântico em termos do desinteresse financeiro, é possível verificar como a partir do contexto da leitora, a avaliação do amor sem interesse serve para encerrar a mulher a uma relação em que está totalmente submetida ao controle do homem. Isto é, o amor da mulher ao marido é medido pela sua capacidade de aguentar uma relação pelo fato dele lhe prover o sustento, mesmo que sob condição que mantem uma disparidade de gênero. O discurso do desinteresse financeiro articulado ao amor romântico ao invés de equiparar essas posições parece ser uma arma de controle de gênero, no qual o homem garante seu lugar de avaliador da conduta feminina. O relato aponta para uma dicotomia que estabelece essas relações, na medida em que se o homem fornece subsídios materiais e financeiros para manter a mulher, em sua concepção ele adquire o direito de submetê-la à condições de subalternidade e transmitir-lhe os fardos emocionais da relação, o que demonstra ser uma distribuição desigual dessa carga emocional, a qual é diretamente relacionada à sexualidade e mais especificamente a gênero e classe social nesse caso. A busca por apoio emocional, nesse aspecto, tende a ser de sujeitos a quem têm reservado lugares de submissão e, por isso, carregam as marcas das disparidades emocionais que seus contextos lhes proporcionam, acarretando, inclusive, na tentativa de ainda manter a relação. Lara Facioli (2013: 124), ao analisar os discursos que procuram manter a ideia do entendimento nas relações afetivas, especificamente por mulheres de classes populares constata:

O fato de as rupturas serem mais temidas na esfera de subordinação dessas mulheres explica o desejo de manutenção da relação a qualquer preço. A cultura da conciliação, típica de determinados contextos, como pode ser o caso brasileiro, coloca o rompimento, a separação e a divergência sempre como algo ruim ou negativo, mesmo que a continuidade do namoro ou casamento represente sofrimento. Especificamente no tocante às dinâmicas

de gênero, no interior das relações amorosas, alimenta-se, nos discursos do senso comum e que chegam a estar presentes nos órgãos de defesa da mulher contra, por exemplo, a violência doméstica, a ideia de que tentar a conciliação pode ser mais vantajoso para o casamento, para a manutenção da família e, principalmente, para o bem-estar dos filhos.

Já o conselho reflete um ideal de família, na qual o lar deveria ser um refúgio e promessa de conforto e felicidade que não se cumpre nesse caso. Há uma nítida responsabilização da mulher ao manter uma relação não considerada saudável e tal manutenção é vista de modo patologizado, caracterizando sua atitude como doentia. Porém, o ideal de felicidade e ambiente saudável associados à família nuclear são apontados como uma possibilidade futura, a qual depende unicamente da atitude da leitora. A percepção de relacionamento saudável aparece, assim, articulada a outros elementos que constituem as aspirações de amor romântico, como o que o distancia de supostos interesses financeiros, como no caso relatado abaixo:

Estou em uma situação difícil. Sou casada há 4 anos e estou infeliz ao lado do meu marido. Moramos na casa dos seus pais e ele não quer sair de lá, pois é a mãe que paga tudo.

Eu quero ter o nosso lugar, fazer festa de casamento, mas ele não. Ele não gasta absolutamente nada, eu tenho que comprar tudo e até quando preciso de dinheiro emprestado, ele me cobra juros.

Ele me sufoca, sendo um “grude”, mas não me dá nada nem em datas especiais. Estou infeliz, o que posso fazer??

Olha, é revoltante o seu relato. Como assim ter que pagar juros para o seu “companheiro”? É normal pedir dinheiro emprestado em uma relação e tal, mas JUROS é um pouco de mais não acha? O que sugiro para resolver esse impasse financeiro é fazer uma proposta para dividir as contas (justo, não?). Quero que observe como ele vai reagir a isso, creio que ele não vai ficar contente, então será a hora de colocar na mesa o que ele sente por você e saber se ele te ama ou apenas quer que pague as contas. Caso seja a segunda opção, não se prenda a ficar com um cara na casa dos pais dele e ainda ter que pagar tudo. Com o passar do tempo, a única culpada da sua infelicidade será você mesma – não se permita ser explorada – pois se fizer isso estará concordando com a situação. Acho que merece alguém melhor, em uma relação saudável é preciso dividir para conquistar, inclusive os momentos de aperto financeiro. Espero ter ajudado.

Tais discursos possibilitam avaliar como as esferas que envolvem dinheiro e amor estão imbrincadas para definir os critérios de uma relação considerada satisfatória. Ademais, elas adquirem significados diferentes de acordo com gênero nesse caso, pois através desses exemplos ficam evidentes como os relacionamentos tendem a ser racionalizados de modo articulado com a maneira de lidar com a esfera do dinheiro. Uma relação saudável, no discurso do blog, passa, portanto pela administração racional do dinheiro também, na qual há um apelo pela divisão dos gastos. Esse apelo não parece ser compartilhado pelo marido da leitora, que não acompanha as necessidades de maior autonomia requerida pela esposa evidenciadas em falas como – *“Eu quero ter o nosso lugar, fazer festa de casamento, mas ele não”*.

A discussão realizada por Miskolci e Facioli (2014) tendo como base pesquisa realizada com mulheres de classe populares que usam as mídias digitais para constituírem relações de ajuda mútua assinala como a experiência dessas mulheres nas famílias de origem as impulsiona para irem em busca de mais autonomia e independência através do casamento – onde irão experimentar situações ainda de desigualdades de gênero, mas de agência também frente à suas vidas e condições materiais. Em meio a ascensão social ancorada no casamento estão adquirindo mais possibilidades de requerer igualdades nas relações amorosas:

Se por um lado, os desejos em torno do casamento e da consolidação de laços afetivos fortes demanda dessas mulheres uma série de características emocionais específicas, por outro temos esta mesma esfera como possibilitadora da saída do campo da família de origem, da construção da própria vida, o que aponta para uma experiência que intersecta classe e gênero. (FACIOLI; MISKOLCI, 2013, p. 17).

O casamento formal surge na fala de minha interlocutora como um anseio de ter mais independência e construir uma relação equalizada emocionalmente e, sobretudo, financeiramente. Se trata de

Um meio para tocar a própria vida em um contexto onde dividir as contas, mesmo entre duas pessoas que recebem um salário baixo, é mais vantajoso do que viver só. O estabelecimento da relação amorosa se associa a um projeto de individualização e independência pessoal feminina em relação à família e aos pais (IDEM, p. 21).

Nesse caso, visualiza-se que há uma frustração diante das expectativas de que o casamento seja sinônimo de ter a própria casa e mais autonomia, pois além disso, o cenário

concebido como resultado satisfatório de uma boa relação que culminou no casamento não é o da casa própria, mas sim, da casa da mãe do marido, retirando assim qualquer possibilidade de que essa mulher tenha uma esfera de controle e autonomia traduzida na sua própria casa, local onde terá seu próprio lugar de agência e independência de sua família e da do marido.

Ter uma casa e dividir as contas sublinham necessidades materiais e emocionais requeridas por essas mulheres. Ser a dona da casa e ter um marido que colabore com as despesas e com as demandas emocionais da relação fazem parte das ambições femininas que, como o relato ilustra, não são devidamente harmonizadas pela conduta masculina, a qual ainda se ampara pela ideia de provedor e caso essa ideia não seja correspondida pelas reais condições que suprem financeiramente o casal, este deve viver sob o jugo da família do marido, a qual assumirá não apenas o local de moradia do casal, como conseqüentemente uma vigilância em torno da postura da esposa. Além disso, tal situação mostra uma dinâmica de gênero na qual a mulher almeja sair da casa dos pais e dividir uma vida com o homem, ao passo que para este isso só é possível caso ele tenha total condição de prover o sustento da família. Caso não tenha, a solução encontrada é de levar a relação para dentro do conforto da casa de sua família, onde provavelmente não serão requeridas maiores responsabilidades financeiras e emocionais de lidar com a relação.

Atitudes que fomentam a traição são vistos como perigo à relação estável, visualizada apenas no plano da monogamia. Nesses casos, salienta-se a linha editorial que acompanha a abordagem das relações amorosas, na qual os autores advertem:

*O CM³³ é um blog a favor do amor e contra traições. Não julgamos quem trai ou é traído, e até aconselhamos nesses casos. No entanto, **não ajudamos a realizar traições**³⁴. Se você ou seu parceiro/preendente forem casados, favor não assinar plano VIP, pois não poderemos ajudá-la.*

Indagado sobre a ênfase contra as traições, um dos editores declarou-me que recebem muitos pedidos de ajuda de mulheres para “*continuar traindo e como esconder do marido*”. Tais pedidos são negados, mas é possível notar por alguns conselhos veiculados no blog, caso a traição seja masculina, a mulher aparece como responsável de certo modo, assim como pelo seu próprio sofrimento.

³³ Sigla utilizada para definir *Cérebro Masculino*.

³⁴ Grifos do próprio site.

Estou casada há 30 anos. Meu marido me traiu, e, eu também o trai. Nos separamos durante seis meses, mas nunca deixamos de transar. Voltamos a morar juntos há seis meses. Eu confio nele, hoje, mas ele não confia em mim. Ele me trata muito mal. Porém, não conseguimos ficar longe um do outro.

Você acha que estamos acostumados um com o outro ou, ainda, nos amamos? Já tentei acabar com o nosso relacionamento varias vezes, mas ele sempre volta. Não sei o que fazer. Brigamos muito, e quero paz. Gostaria muito de viver em paz com ele, mas é difícil.

Homens são diferentes de mulheres. Quando o homem é traído, para que não ocorra isso que vem acontecendo no seu relacionamento, que é uma tortura para ambas as partes, a decisão mais sensata é acabar. Se ele não acabou, quando levou um par de chifres, agora que não vai acabar mesmo. Então, para livrar, ambos, dessa agonia, seja o “homem” da relação, e acabe o relacionamento, sem vir com essa que ele volta. Porque, só há relacionamento, quando os dois querem.

Os assuntos expostos para aconselhamento referente à traição são muito comuns e indicam agenciamento por parte dessas mulheres que se dá através das mídias digitais. O apoio emocional colocado nesse âmbito é alusivo de como tais mídias tem assumido um caráter de acolhimento para mulheres que não vivenciam relações baseadas na monogamia heterossexual, sejam por serem traídas ou amantes. Pelo depoimento acima, destaca-se que a traição é visualizada como impasse para a continuação do relacionamento e ao mesmo tempo há um apelo para que a mulher assuma uma posição tida como masculina, ou seja, de tomar decisões e adotar o controle diante de qualquer instabilidade. Percebe-se, portanto, que em casos de traição, sobretudo feminina, no discurso do blog é do dever da mulher terminar a relação e não mantê-la, o que alocaria o homem a uma posição subalterna. A legitimidade da traição masculina demonstra nunca ser questionada e passa ileso de julgamento moral, pois, qualquer fato que desloque a posição de controle do homem perante a traição feminina, é entendido como sendo intrinsecamente ligado a natureza oposta entre homens e mulheres, fazendo com que a reação de ambos seja diferente e tenha pesos diferenciados. A solicitação de manter a continuidade da monogamia ancora-se, no discurso do blog, na ideia de que é uma responsabilidade mais da mulher do que do homem, para quem é perdoável o fato de trair, apesar de não ser declaradamente tido como um direito masculino visualizado no discurso do blog.

Somado a isto, a procura por apoio entre as amantes de homens casados parece certificar situações de espera pela realização do ideal de estabilidade monogâmica não alcançadas ainda por essas mulheres. Por vezes, as narrativas das amantes no blog desnudam como elas estão submetidas ao desejo do homem casado e impossibilitadas de engatar outras relações.

Estou precisando muito de um conselho, pois gosto de um cara casado e estou com ele há três anos. Porém, ele não se resolve, e, o pior, ele diz que me ama como nunca amou ninguém. Pergunto-lhe, então, por que não se decide. Ele não me responde. Pergunto se é por causa da filha dele e ele me fala que não.

Não sei mais o que fazer. Tentei ficar com outra pessoa e ele fez o maior escândalo. Foi até tomar satisfações com o rapaz. Morre de ciúmes, mais não se decide. Amo, mas não aguento mais esperar, pois sei que estou perdendo minha juventude vivendo em função dele.

Resposta: Ele é um homem resolvido. Resolveu que vai te enrolar o tempo que puder, ou seja, até você acordar pra vida e tomar ciência que ele não vai largar a mulher para ficar com você. Resolva-se você. Seja a atriz principal e não espectadora da sua vida. Dê um pé na bunda dele e vá viver um relacionamento verdadeiro com quem não é comprometido.

Nesse sentido, o apelo à mulher de resolver não se manter em uma relação com um homem casado na esperança de vivenciar uma relação estável e monogâmica aparece como uma possibilidade que depende de seu protagonismo. De modo complementar, esse apelo também se sustenta em um discurso de manutenção da família nuclear, no caso a do homem que a leitora está envolvida. Mesmo que o blog sugira uma atitude que evoque mais agência feminina no sentido da mulher se libertar de um relacionamento com um homem casado, percebe-se que tal agência, nesses discursos, não aparece descolada da recomendação de ainda ir em busca de uma relação “verdadeira”, possível apenas dentro dos limites que não destrua a família. O apoio referente a esse assunto evidencia a existência de mulheres consideradas pelos homens como adequadas para o namoro ou casamento, em detrimento de mulheres alocadas a posição de amantes, o que corrobora para relações de gênero que dicotomizam as mulheres entre as que são aceitas pela família e as que seriam recusadas, excluindo sujeitos do mercado amoroso e remanejando para o local de relações vivenciadas em segredo.

Nos comentários de algumas leitoras contidos no site pude perceber como o público, assim como os autores e autoras, adotam posturas que dividem as mulheres entre as que são reconhecidas como socialmente aceitáveis de manterem relações amorosas com comprometimento, e as que são desqualificadas por adotarem práticas de relacionamentos e sexualidades consideradas não adequadas para mulheres dignas de serem respeitadas. É comum, portanto, encontrar comentários que responsabilizam as mulheres por manterem relacionamentos com homens casados, como “*pra mim mulher q sai com homem casado não passa de uma puta sem caráter e pior das piores*”. Embora os discursos contra a traição sejam constantes, não necessariamente é correspondido totalmente pelas leitoras, gerando comentários sobre as postagens que contestam a repulsa à traição:

Oi. Sei que é errado dar em cima de homem casado. Ai vc diz “ah, existem taaaantos homens solteiros por aí”. É, mas tá difícil encontrar algum decente. O mercado é concorridíssimo. Eu não gostaria que o meu amado (cara casado) largasse a mulher dele, e eu tb não gostaria de fazer sexo com ele. Se ao menos eu pudesse dar uns beijinhos nele, já seria ótimo, e a mulher dele nunca ficaria sabendo. Mesmo assim, é errado? Eu queria que alguém me explicasse porque a traição é algo tão reprovado pela sociedade.

Tal comentário pode se relacionar às possibilidades de requererem mais equidade emocional nas relações, o que não condiz com os horizontes aspiracionais dos homens que fazem parte de seus respectivos contextos. Para as mulheres de classes populares brasileiras, conforme constatado por Miskolci e Facioli (2014, p. 1) a família nuclear é uma aspiração a ser conquistada que se relaciona com o modo pelo qual conseguem obter mais individualização e independência referente à família de origem. Contudo, essa família deve estar amparada pela noção de mais igualdade de gênero, o que de acordo com o comentário acima, está difícil de conseguir, por não haverem “homens decentes” e o mercado estar concorrido, ocasionando uma escassez de parceiro que leva mulheres menos valorizadas no mercado amoroso – provavelmente por se assemelharem a figura racializada e com contornos de classe social relacionado à pobreza da perigete inclusive – a saírem com homens casados.

Diante disso, pelo fato de não estarem bem qualificadas no mercado amoroso, tanto a continuidade de uma relação apesar do sofrimento, quanto o envolvimento com homens casados, aponta para um contexto no qual as mulheres que solicitam por apoio ao blog *Cérebro Masculino*, permaneçam em relações não totalmente satisfatórias. Essa persistência

muitas vezes se ampara, como visto pelo comentário acima, pela noção de que o mercado amoroso está competitivo, o que as leva a investir em relações à qualquer custo. Em outras palavras, “as frustrações decorrentes da dificuldade de conquista do parceiro justificam o esforço de manutenção do namoro, quando ele acontece” (FACIOLI, 2013, p. 124-125). A novidade do contexto atual não se assenta no fato de que o mercado amoroso está competitivo, mas sim de que as mulheres adotam essa terminologia para definir as possibilidades afetivas de seus contextos sociais, o que denota que estão mais inseridas no que denominam de mercado e que agora tem possibilidades de escolherem e solicitarem mais responsabilidades emocionais de seus parceiros. Caso isso não seja conquistado, se mantêm em relações com homens casados, desvelando um caráter que ainda não conseguiram superar, o de sofrerem com essa relação por esperarem o ideal de família nuclear de parceiros que não as concebem como dignas de tal investimento.

Isto posto, os eixos pelos quais passam os conselhos do blog *Cérebro Masculino* apontam para a disseminação de moralidades em favor da família, assim como promove um tipo de sociabilidade cujo centro é a manutenção de uma masculinidade como detentora do saber e autoridade de aconselhar as mulheres. As narrativas das leitoras, por sua vez, demonstram situações de subalternidade que as motivam a procurar por apoio emocional, especificamente se tratando de um olhar masculino. Contar com uma análise masculina, desse modo, revela ser fundamental na vida dessas mulheres como chave de entendimento da relação, a qual, provavelmente não dispõe de diálogo suficiente para deixá-las em situações estáveis. Entender o “cérebro masculino” de outra perspectiva que não seja a do parceiro sinaliza, assim, uma possibilidade de amparo pelas mídias digitais que as auxiliie a lidar com uma dinâmica de gênero que as posiciona em circunstâncias de dificuldades em manter um ideal de estabilidade de relacionamento, que lhes é cobrado muito mais do que seus parceiros.

Se por um lado, essas mulheres conquistaram mais ascensão social recentemente, o que as leva a requisitarem por igualdade de gênero e mais autonomia, tanto os parceiros quanto em certa medida os conselhos veiculados pelo blog demonstram dificuldades dos homens de acompanharem esse processo. A tendência masculina de conceber as mulheres como disponíveis e com o dever de se manterem atraentes para eles, assim como a dificuldade de assumir o fardo emocional de conduzir as relações conjuntamente com essas mulheres sugere ainda haver uma discrepância de horizontes aspiracionais entre os gêneros nesse contexto. O fato de a mulher ter condição de ter mais autonomia financeira ao invés de lhe dar mais agência coloca mais um elemento de avaliação de sua conduta, já que se ela tem mais

condições deve se comportar de modo adequado, evitando associações com a figura da perigete – estigmatizada socialmente por se relacionar simbolicamente à pobreza, promiscuidade e negritude, e tal adequação, como exposto até aqui, está sob o olhar masculino constante. De outro lado, esse contexto somado a busca por apoio emocional pelas mídias digitais, as permite entrar em contato com o que até então era obscuro em suas experiências – a possibilidade de acessarem a uma utopia romântica na qual possam almejar por relações mais democráticas.

Outrossim, o acesso às mídias digitais por essas mulheres pode culminar em outros tipos de apoio emocional como plataformas de redes sociais nas quais mantêm contatos umas com as outras e se constituem em redes, se tratando dos usos do site *Bolsa de Mulher*, uma rede social direcionada para o público feminino, a qual também se articula aos usos de grupos no *Facebook* e *Whatsapp*, como a pesquisa de Facioli (2013) verificou. Esses aspectos podem revelar como para as mulheres desse estrato social adentram nas mídias digitais em busca de apoio emocional por tipos de plataformas mais estáticas como o *Cérebro Masculino* e podem acabar se movendo para outras e estabelecendo itinerários entre diferentes modalidades de apoio. Ainda, o próprio blog *Cérebro Masculino* já demonstra percorrer fluxos de atividades no que se refere a estendê-las para outros blogs masculinos como o *QPT* e até livros de autoajuda como o trecho que abre esse capítulo sugere. Tanto os usos que as mulheres fazem do blog quanto seu próprio desenvolvimento indicam fluxos pelos quais percorrem o apoio emocional direcionado para esse público específico, preconizando uma segmentação que ocorre de mão dupla, ou seja, de um lado os usos de sujeitos que indicam mais agência e de outro, isso parece demandar diversificação do mercado de apoio emocional do próprio blog.

3 Terapia sexual: essencialismos e heteronormatividade nos conselhos de *A Capa*

A coluna “Psicólogo Pedrosa responde” do site *A Capa* é o segundo objeto de análise do discurso referente ao universo de pesquisa que se dedica a investigar os sites que propõem a modalidade de consultórios sentimentais digitais. O site *A Capa* foi criado em 2006 em parceria com os portais de notícias Vírgula e UOL e tem a proposta de ser um site jornalístico segmentado para o público gay. Segundo dados de acesso disponibilizados para empresas que desejam anunciar no site, o público é composto por 90 % de homens, cuja maioria é do Estado de São Paulo e possui nível de escolaridade superior. A observação da coluna de conselho em questão demonstra o local de origem das pessoas que buscam por apoio emocional pelo site e corrobora os dados veiculados sobre o perfil do público, se caracterizando pela maioria do Estado de São Paulo e, em medida menor, do Rio de Janeiro. Contudo, os relatos narrados permitem constatar as experiências da homossexualidade no âmbito do segredo, das dificuldades de se envolver em relações mais igualitárias, assim como de apuração do desejo em busca do entendimento do que é considerado pelo terapeuta como “verdadeira” sexualidade. Logo, trata-se de um público composto por sujeitos que não possuem mecanismos de lidar com tais experiências com segurança emocional, simbólica e material, já que se tratam de pessoas que são amantes em alguns casos e que vivem os dilemas de negociar a sexualidade com a família, trabalho, escola, etc., o que avança para um contexto no qual as mídias digitais parecem ser alternativa importante que lhes fornece subsídios emocionais para compreenderem subjetivamente suas experiências com o desejo homossexual.

Decidi incorporar a coluna à análise por se tratar de um público não heterossexual e por apresentar aconselhamento em sua maioria se tratando das esferas da sexualidade, que são promovidos por um terapeuta sexual, psicólogo clínico especializado em terapia com enfoque em sexualidade e analista do comportamento – João Batista Pedrosa. O conteúdo do site se mostra dividido em temas com teor sexualizado, assim como promove um fluxo entre plataformas de busca de parceiros e pornografia destinada ao público homossexual masculino. O site é vinculado ao portal UOL de notícias e disponibiliza links de acesso às salas de bate papo online, que contém salas específicas para o público gay, em especial para sujeitos de classes populares, o que indica que o público de *A Capa* é semelhante aos públicos que circulam pelo itinerário entre salas de bate papo, plataformas de busca de parceiros online e

de vídeos homoeróticos. A análise dos discursos veiculados por um especialista em comportamento sexual pode esclarecer o caráter em que o apoio emocional referente às relações afetivo-sexuais de um público homossexual está submetido a conhecimentos normativos no que tange apenas à análise da sexualidade.

Nesse sentido, a busca por apoio, bem como os conselhos do especialista se articulam a dois aspectos centrais que concernem às esferas da concepção de (homo) sexualidade no âmbito essencialista e aos requisitos sociais em que a sociabilidade gay se insere. A partir das experiências narradas verificam-se elementos que fornecem um panorama do contexto da busca por apoio emocional por grupos alocados em posições invisibilizadas socialmente em interface com as moralidades suscitadas, no caso, pelo discurso normativo da terapia sexual. A análise revelou como no caso de homossexuais o apoio emocional observado pela modalidade dos consultórios sentimentais digitais se coloca desvinculado do contexto social os quais esses sujeitos estão inseridos. A coluna apregoa um discurso que se sustenta tanto na naturalidade, quanto na tentativa de normalizar o desejo sem refletir sobre as experiências sociais que marcam seus leitores, colaborando para indicar que este é autônomo e que a experiência de sua sexualidade está apenas sob seu domínio individual.

O desejo homossexual como essência

Dentre os motivos pelos quais o público de *A Capa* busca por apoio emocional, destacam-se as primeiras experiências homoeróticas, na tentativa de procurar por um entendimento do desejo num plano explicativo pautado por noções advindas da ideia de natureza humana. A análise do desejo, por sua vez, aparece imbrincada a um discurso que o naturaliza, como no excerto abaixo:

Sou viúvo e me envolvi com o um entregador de pizza bem mais jovem do que eu. Eu sempre na posição de passivo. Ainda não tinha descoberto este meu lado. Estou conhecendo uma mulher também. Confesso que o sexo com o rapaz me dá mais prazer. Acho que agora sei o que é prazer sexual. Agora fico na dúvida se levo esta relação para frente. Devo continuar saindo com esse moço? Dourado (Praia Grande – SP)

Dourado, para a geração mais antiga praticar o sexo homossexual era algo muito penoso. Muitos tinham o desejo por outro homem, mas não externavam. Casavam com uma mulher por causa da pressão homofóbica reinante na nossa cultura.

Hoje essa realidade ainda existe, mas com uma menor frequência. O relato “ah, descobri o meu desejo gay tarde da vida. Como perdi tempo” nós já ouvimos várias vezes. Na verdade o desejo gay já existia, desde a mais tenra idade, só que estava “adormecido” no sentido de que não era praticado. Provavelmente, foi o que aconteceu com você.

Pelo seu relato percebo que você gosta de se relacionar sexualmente com o rapaz. Você deve continuar? Apesar de a decisão ser sua, eu acho que você deve continuar. Talvez, você tenha encontrado a sua verdadeira vocação sexual: gostar de homens. Deleite-se daquilo que a natureza te proporcionou e ainda proporciona aos 60 anos de idade: ter o prazer sexual. Boa sorte!

A experiência do leitor em busca de apoio se desdobra entre a vivência da homossexualidade em segredo com um homem mais novo e a relação com uma mulher. Somado a isso, o aspecto geracional se revela determinante na análise do terapeuta que considera como em períodos históricos anteriores, a prática do sexo homossexual não era aceita socialmente, ocasionando casamentos heterossexuais na tentativa de não aparentar qualquer tipo de atração por pessoa do mesmo sexo. Contudo, tal análise se ampara em uma noção de desejo como “vocação sexual”, produto da natureza que estava adormecido. A prática que obedeça coerentemente a esse desejo, na visão do terapeuta, tende a reforçá-lo e é enfatizada no conselho final de que o leitor deva se “deleitar do que a natureza lhe oferece: o prazer sexual”. Prazer e desejo são concebidos, nesse sentido, de modo essencializado e ambos dependem do desenvolvimento constante de uma prática que lhes corresponda.

As questões centrais giram em torno da definição do desejo e da orientação sexual nos limites da abordagem do terapeuta sexual indicam uma concepção do desejo e da prática sexual dentro de uma prerrogativa do binarismo heterossexualidade/ homossexualidade. Ademais, os conselhos assinalam a ênfase nas relações homossexuais dentro de uma perspectiva que a encerra apenas no aspecto do desejo sexual, corroborando o que Guy

Hocquenghem³⁵ (2000, p. 27) verifica como sexualização de toda relação homossexual. O autor aponta para a construção social do binarismo entre desejo homossexual e desejo heterossexual e constata que as sociedades ocidentais identificam uma relação íntima entre desejo e homossexualidade e nesse processo é verificado o temor não tão colocado sobre a relação sexual entre pessoas do mesmo sexo, mas sim em torno do próprio desejo como ameaça a uma ordem sexual e social:

O desejo emerge de uma forma múltipla, cujos componentes são separáveis apenas *a posteriori*, com base nos processos que submetem-no. O desejo homossexual, como o desejo heterossexual, é um corte arbitrário em um fluxo contínuo e plurívoco. Na sua forma atual, a caracterização do desejo homossexual é exclusivamente uma ilusão da imaginação. Mas, como na homossexualidade o jogo de imagens aparece com mais evidência, podemos começar um trabalho de desconstruir essas imagens a partir de seu ponto mais sensível. Se houver nas imagens homossexuais um nó complexo de desejo e medo, se a evocação do fantasma homossexual é mais obscena que qualquer outra e ao mesmo tempo excitante, se não se pode aparecer em um local como homossexual sem alterar as famílias e manter seus filhos à margem, sem que uma relação de horror e desejo se instaure, é que há para nós, ocidentais do século XX, uma relação íntima entre o desejo e a homossexualidade. A homossexualidade manifesta algo do desejo que não aparece em nenhum outro lugar, e esse algo não é simplesmente o ato sexual realizado com alguém do mesmo sexo (HOCQUENGHEM, 2000, p. 22).

De acordo com Hocquenghem, a sociedade capitalista “fabrica” o homossexual enquanto categoria psiquiátrica a partir desse recorte binário do desejo, que permite gerir tanto as pessoas que se incluem no que é considerado como ordem normal – heterossexualidade, quanto os sujeitos que escapam a essa ordem. A categoria em questão, inclusive a palavra, são invenções recentes, advindas do século XIX, conforme assinalado também por Foucault (2005)³⁶. A partir da produção psiquiátrica de um tipo patológico

³⁵ Vale destacar que Guy Hocquenghem escreveu a obra *El deseo homossexual* (2000) nos anos 1970, período no qual a homossexualidade ainda era considerada doença mental e experienciada na clandestinidade. Sua obra foi importante para desvendar aspectos relacionados ao medo do desejo homossexual nesse contexto específico, o que acarreta a sexualização do desejo. Atualmente, com a modificação do cenário a respeito da concepção de homossexualidade, sendo retirada da lista de doenças mentais em 1973, percebe-se um mercado midiático segmentado para homossexuais que ainda concebe os sujeitos dentro da prerrogativa do desejo e de sexualização de suas relações como observa Hocquenghem. Contudo, essas concepções culminam em processos de normalização da sexualidade para que esta seja inserida socialmente a partir de normas e convenções heteronormativas.

³⁶ Segundo Richard Miskolci (2014:4), apesar de a categoria médica do homossexual ter sido criada nesse período histórico conforme assinalado por Foucault, “tal marco cronológico não encontra respaldo nas práticas sociais e nas pesquisas históricas sobre como as pessoas viviam sua sexualidade no cotidiano. Em sua esmagadora maioria, as pessoas não entravam em contato com o vocabulário médico-legal e viviam suas vidas à margem das classificações científicas emergentes”. Contudo, me interessa refletir aqui sobre o surgimento dessa categoria e posterior medicalização para lançar pistas sobre os discursos da terapia sexual à respeito dos relatos dos leitores de *A Capa*.

relacionado ao exercício da sexualidade se manifesta “a capacidade de uma sociedade para inventar meios específicos para classificar o inclassificável, o pensamento moderno vai criar uma nova enfermidade, a homossexualidade” (HOCQUENGHEM, 2000, p. 23).

Concomitante a isso, vale recuperar o surgimento da sexologia enquanto ciência que tem como objeto o sexo e seu posterior desenvolvimento e institucionalização, como “produtora de identidades profissionais com ênfase na ciência biomédica, tanto no que diz respeito à metodologia como na produção de estratégias legitimadoras do estudo do sexo” (FERREIRA, 2013: 6), das quais o terapeuta sexual deriva. Fabíola Rohden e Jane Russo (2009: 91), trabalham com a hipótese de que a sexologia teve dois nascimentos: num primeiro momento, no século XIX, associada ao funcionamento da sexualidade reprodutiva, doenças venéreas e determinação de aberrações e, posteriormente, no século XX, com o desenvolvimento mais acentuado de uma sexologia preocupada com o orgasmo:

Uma primeira sexologia seria aquela produzida na segunda metade do século XIX, período no qual surgem obras de referência como *Psychopathia Sexualis*, editada por Heinrich Kann em 1844, e um volume com o mesmo título publicado por Krafft-Ebing em 1886. Essa “proto-sexologia” teria como foco a nosografia, em contraste com a terapêutica, e privilegiaria as doenças venéreas, a psicopatologia da sexualidade e o eugenismo. Já a segunda sexologia teria nascido a partir da década de 1920, tendo como marco importante a obra de Wilhelm Reich, que inicia suas publicações sobre a função do orgasmo naquela época. Já a edição do primeiro estudo de Alfred Kinsey, em 1948, ajudaria a concretizar o orgasmo como o problema central da nova sexologia (ROHDEN, 2009, p. 91).

Já Janice Irvine (2005) em seu livro *Disorders of desire* faz um percurso no sentido de recuperar o desenvolvimento de um mercado em torno do sexo e mostra como o campo da sexologia se constituiu nos Estados Unidos entre as décadas de 1940 e 1980. A partir de pesquisas dos sexologistas Kinsey (décadas de 1940 e 1950) e de Masters e Johnson (a partir de 1960) que esse processo ocorre de modo mais acentuado. Em meio a transformações sociais, econômicas e políticas, tiveram como um de seus desdobramentos a terapia sexual, surgida na década de 1980 como especialidade de psicólogos, médicos psiquiatras, urologistas e ginecologistas.

As transformações de meados do século XX, nos arranjos sociais e econômicas criaram as condições ideais para a sexologia se enraizar, expandir, e, por fim, as intervenções de mercado, como a terapia sexual e cirurgia de mudança de sexo. A ansiedade associada com a instabilidade de estruturas de gênero e de família tradicional de meados do século XX

produziu um foco pronto para sexologia, enquanto uma visão cada vez mais pública da satisfação erótica gerou um grupo disposto dos consumidores facilmente seduzidos por promessas de mais e melhor sexo (IRVINE, 2005, p. 6-7).

No Brasil, conforme citado no capítulo um desta tese, o início da psicanálise e sexologia se situou na década de 1920 e floresceu entre as décadas de 1930 e 1940, contando com publicações midiáticas sobre o que era denominado de Questão Sexual. Tal período também se tratou de uma política eugenista de educação sexual com objetivos embranquecedores da sociedade brasileira. Não obstante, a terapia sexual ganhou a cena a partir da década de 1990, período assolado pelo pânico sexual da aids no Brasil e sua associação com a homossexualidade, sobretudo, masculina. Em consonância a esse cenário, observa-se que nas mídias impressas e eletrônicas, conforme também abordado pelo capítulo supracitado, o apoio emocional destinado ao público homossexual ganhou alcance maior apenas a partir da segmentação do mercado entre as décadas de 1990 e 2000. Todavia, para sujeitos que não se enquadram nos limites das definições mercadológicas da experiência homossexual, as mídias digitais assinalam uma possibilidade individualizada, anônima e secreta de busca por apoio, já que não exporia diretamente os sujeitos que buscam por auxílio, denunciando seu desejo em um contexto ainda marcado por inseguranças envolvendo a experiência homossexual. Nesse sentido, é possível apontar para o contexto que envolve o apoio emocional buscado nas mídias digitais pelo público homossexual. Miskolci (2014: 14) verifica que o surgimento da Internet Comercial no Brasil, junto com o tratamento contra a aids aqui desenvolvido e “uma visibilidade mais positiva graças ao surgimento de colunas e publicações voltadas a homossexuais, um movimento político mais reconhecido e a Parada do Orgulho paulistana” colaboram para o estabelecimento de um circuito que apresenta uma nova visibilidade homossexual.

Em síntese, a concepção do desejo como essência pelo discurso de *A Capa* revela num primeiro aspecto, uma tendência a visualizar tal desejo homossexual de modo sexualizado, conforme apontado por Hocquenghem, o qual será objeto de uma terapia específica que irá normalizá-lo de acordo com o que é esperado socialmente, circunscrito no enquadramento binário que define tanto sujeitos quanto práticas sexuais. Isso ocorre, especificamente, em um contexto no qual a experiência das homossexualidades é negociada e configurada em conformidade com as mídias digitais. Sendo assim, no que diz respeito às práticas que escapam a fixidez dos limites entre heterossexualidade e homossexualidade, a avaliação do

psicólogo Pedrosa coloca em dúvida a validade da prática sexual baseada em pressupostos tidos como científicos:

Estou ficando com um carinha que se diz bissexual. Ele não quer nada sério, só sexo. Fala que ama a mulher dele e não quer se separar. Engraçado que ele diz que gosta de mulher, mas só sai comigo e outros caras, não sai com mulheres. Já fizemos até sexo a três. Qual é a desse cara? Altemar (São Vicente - SP).

Bissexualidade é um tipo de comportamento sexual. Não é orientação sexual. Existem dois tipos de orientações sexuais básicas: a majoritária que é a heterossexual e a minoritária que é a homossexual.

Bissexualidade é um comportamento sexual raro já que as pesquisas indicam que menos de 2% da população se declara homossexual.

Muitas variáveis podem determinar um comportamento sexual bissexual. Depende muito da história de vida de cada indivíduo - quais as contingências de reforço sexuais que ele foi submetido? Cada história de vida é bem particular, não podemos generalizar.

O bissexual tem uma preferência por um dos sexos. Geralmente, o homem que se declara bissexual masculino tem uma frequência maior pelo sexo gay e uma menor pelo sexo hétero. O contrário é bem mais raro.

No caso concreto da sua pergunta, uma hipótese plausível é que a orientação sexual dele é homossexual, mas apresenta um comportamento bissexual. Parece que a magnitude do reforço sexual gay é bem maior do que ao do sexo hétero.

O que o levou a ter este comportamento sexual bissexual só poderíamos ter uma ideia investigando a sua vida pregressa onde evidenciaríamos a funcionalidade desse comportamento.

O relato do leitor é interessante para identificar os motivos pelos quais o público procura por apoio emocional em *A Capa*, além de possibilitar um entendimento do contexto

que vivenciam suas relações. Nota-se uma dúvida com relação à bissexualidade de seu parceiro, de quem deduz ser duvidosa já que, apesar de casado, apenas tem amantes homens, o que alude à experiência da homossexualidade ainda como pertencente ao local do segredo e privado, enquanto na esfera pública são mantidas experiências heterossexuais. Esse contexto revela, por conseguinte, as desigualdades de gênero e sexualidade às quais são submetidas tanto as parceiras com as quais os homens têm relações heterossexuais, quanto os amantes que são mantidos em condições subalternas de manutenção das relações. A dinâmica pela qual é mantida tanto a relação heterossexual quanto a relação com o amante homem corroboram para a manutenção da masculinidade como central daquele que trai, enquanto inferioriza a masculinidade do sujeito que é o amante, numa proximidade maior com a relação em que mantêm com a mulher. De acordo com Miskolci (2013, p. 313), “exercitando uma masculinidade culturalmente reconhecida com outro homem no lugar da amante, [esses sujeitos] passam da afirmação de sua virilidade para o risco de vê-la contestada”.

Diante disso, verifica-se que a busca por apoio no intuito de compreender experiências de subalternidades, sofrimentos e dilemas sobre as relações afetivo/sexuais, se caracteriza pela situação de emasculação desses sujeitos, tanto no que se refere às conjunturas sociais das quais fazem parte, quanto da própria relação de apoio, da qual se busca uma autoridade para aconselhar. Se as mulheres de classes populares que buscam por apoio pelo site *Cérebro Masculino*, com experiências marcadas por desigualdades de gênero, raça e sexualidade, são incitadas a procurarem por apoio centralizado no olhar masculino sobre as relações, para homens gays que vivem experiências semelhantes, o apoio é amparado pela normalização da sexualidade e concepção sexualizada do desejo e das relações homossexuais, desconsiderando o entorno social que dificulta a experiência dessas relações.

Outro aspecto relevante na análise desse conselho se trata da própria bissexualidade, associada moralmente pelos leitores como promiscuidade e desculpa para os sujeitos não assumirem sua “verdadeira orientação sexual”, como evidente pelo comentário abaixo sobre esse conselho:

Por isso mesmo jamais me envolvo com bissexuais! Nunca querem nada serio! Só sexo! Pra mim não rola me envolver com alguém que deixa claro que quer só sexo! Além do mais é casado! O cara que mandou a pergunta é um outro bobalhão que não se dá o valor nem respeita a esposa do cara que está lá do outro lado sendo feita de trouxa por um gay enrustido que a usa para mascarar a verdadeira sexualidade dele! Sai dessa, cara! Tu acha

que ele vai deixar da coitada da esposa? E se deixasse com certeza te trairia também e continuaria com essa desculpa de "bissexualidade"! Vai atrás de alguém bem resolvido que não tenha medo de se impor na sociedade!

A noção de “verdadeira sexualidade” é acompanhada pelo discurso do terapeuta, para quem a bissexualidade é concebida na chave do comportamento e não da orientação sexual, aludindo à noção binária de que a sexualidade se restringe à homossexualidade ou heterossexualidade. Nesse âmbito, há um apelo em definir a causa da bissexualidade através de verificação da história de vida do sujeito, pois nesse discurso, esse tipo de “comportamento” aponta para uma indefinição do que é considerado como verdadeiro na esfera da sexualidade, colocado apenas no que se refere à “dois tipos de orientação sexual”. A bissexualidade, por se aproximar de uma inconstância com esse referencial binário, depende de “contingências de reforço sexuais”, ou seja, como não se trata de nenhuma das duas definições de orientação sexual adotadas pelo terapeuta, concernente ao desejo naturalizado, está posicionada como comportamento, dependente de ações para se definir. Há nesse caso de bissexualidade um borramento das fronteiras binárias entre desejo como essência e comportamento como prática sexual, ocasionando a interpretação do terapeuta que busca alocar a bissexualidade a uma posição marginal diante das duas orientações sexuais por ele concebidas.

Assim, a ênfase em uma suposta orientação majoritária heterossexual evidencia um pressuposto adotado nesse discurso que reforça a hegemonia heterossexual. Em uma perspectiva da Teoria Queer que trata a sexualidade como um dispositivo histórico, cultural e político, é possível destacar como o desejo sexual se trata de produto discursivo, assim como as identidades sociais baseadas em essencialismos são efeitos de discursos a respeito da sexualidade que, em última instância, preconizam uma ordem heterossexual dominante. A Teoria Queer desconstrói a oposição binária entre heterossexualidade e homossexualidade, e identifica como o pressuposto da heterossexualidade naturalizada serve para manter as homossexualidades como minorias consolidando a hegemonia heterossexual.

Ao contrário dos estudos de minorias sexuais, a perspectiva queer busca investigar as formas como a sociedade classifica e disciplina sexualidades, agenciando socialmente o desejo sexual e, conseqüentemente, normalizando-o e alocando-o a posições que estabelecem a heterossexualidade como parâmetro hegemônico que situa os sujeitos (Cf. Miskolci, 2009). Por essa ótica, os discursos que visam classificar as sexualidades e localizá-las enquanto

minoritárias ou majoritárias reforçam tais categorizações e não refletem sobre o que as formam, em especial forças culturais e políticas. Logo, o conselho do especialista advogando em favor da dicotomia entre homossexualidade e heterossexualidade resulta num posicionamento da bissexualidade, concebida na esteira do comportamento sexual e não do desejo, como uma identidade fixa, porém, não legítima, já que escapa a esse binarismo. Ainda, os termos que usa, associando a manutenção do segredo ao medo indicam um discurso no qual as possibilidades de sair do armário e com isso conquistar uma verdade do desejo, demonstram como a visibilidade desses sujeitos é avaliada como se estivesse para além de um entorno social, sendo de sua autonomia naturalizada, dever de se assumir. Tais aspectos desconsideram o entorno social dos sujeitos e como esses são classificados, normalizados e se inserem em normas sociais.

Armários, visibilidades e a busca pela cura: adequação a moralidades heteronormativas

A procura por apoio que tem como cerne problematizar a questão da cura passa por uma oposição entre ciência e religião que, embora de modo distinto, se apoiam em moralidades complementares e heteronormativas:

Eu tenho um amigo gay que passou por algumas dificuldades em sua vida pessoal e profissional e de vez em quando o mesmo costumava ir a uma igreja que diz aceitar todos os públicos, porém ele disse que descobriu um tipo de “seita” ou grupo dentro desta organização que mantém um tipo de programa de recuperação para os gays deixarem de ser gays. Acho isso puro absurdo Não acho que isso seria possível, mas o meu amigo parece irredutível sobre isso. Agora ele diz que se sente melhor, pois quando era gay vivia fazendo coisas promíscuas e que agora se livrou disso, uma coisa incrível de acreditar. O mesmo agora é super dedicado a essa religião. Eu tento conversar com ele, pois acho que ele está confundindo as coisas. Agora ele fica querendo me converter também, o que eu faço? Agradeço desde já. Silva (São Paulo- SP)

Estas seitas e grupos religiosos dizem que “curam gays”, mas do ponto de vista da ciência isso é impossível. Orientação sexual é como a cor dos olhos: não se pode. Nasceu gay sempre gay.

Os grupos religiosos prometem “recuperar” ou “curar” o gay como uma forma de angariar adeptos para sua organização. É só acompanharmos a programação da TV aberta para assistimos uma concorrência acirrada dos grupos religiosos das várias matizes em busca de fiéis. Mais adeptos, mais díizimos e a consequência é conta bancária mais gorda.

Dizem que aceitam todos os públicos e aceitam mesmo. São os desesperados. Pessoas com dificuldades financeiras ou profissionais, pessoas com transtornos psiquiátricos e comportamentais, empresários falidos, homossexuais que não aceitam sua orientação sexual por causa da homofobia, alguns desenganados pela medicina onde a ciência ainda não tem uma resposta ou tratamento para a enfermidade, pessoas com um repertório pobre em reforço positivo, entre outros.

E o gay surge como um bom produto para estes grupos fazedores de “milagres”. Utilizam até como marketing religioso alguns “recuperados” que dão os seus testemunhos nos programas sensacionalistas da TV como uma forma de captar novos adeptos.

Na verdade o gay não se recupera. Ele simplesmente se esquia da prática sexual, pois continua tendo o desejo homossexual, mas não o expressa. Eles ficam sob controle dos dogmas religiosos ou regras da religião. Dedicam-se as práticas religiosas. Praticar a religião passa a ser reforçada e tem a função de autocontrole. Autocontrole porque a prática religiosa o controla, ou seja, ele não fará algo (sexo gay) que ele prega publicamente ser contra. É algo como um ladrão que fala para todo mundo que o roubo não é bom. Então ele não rouba porque se alguém lhe pegar roubando ele será desmascarado (punido).

Alguns chegam a dedicar-se as cruzadas contra os gays fazendo campanhas públicas. Campanha pública, também, tem a função de autocontrole. Mas, o desejo sexual é tão forte que muitos “recuperados” caem na tentação e praticam o sexo gay clandestinamente.

De vez em quando a mídia divulga escândalos de padres e pastores que foram surpreendidos no motel, foram denunciados por pessoas que se envolverem sexualmente ou foram chantageados financeiramente por alguém com quem praticaram o sexo homossexual.

Apesar da “recuperação” essas pessoas sofrem bastante. Continuam tendo o desejo para o resto da vida, mas não o aceita. Elas precisam mesmo é de ajuda de um profissional da área de psicologia e alguns de tratamento psiquiátrico.

Não entre nesta furada de recuperação. Praticar o sexo gay é bom e saudável. Pode produzir boas emoções e sentimentos, caso a pessoa aceite a sua homossexualidade. Boa sorte.

Em um contexto social e político que ainda se contrapõe à visibilidade da experiência homossexual sob o jugo moral de afetar a ordem heterossexual hegemônica, a busca por apoio emocional pelas mídias digitais no que se refere à negação do desejo e reorientação através da cura se demonstra constante, principalmente por meio de discursos religiosos, muito em voga atualmente.

Em cenário de tentativas de repatologização da homossexualidade, articulando discursos religiosos com projetos políticos que mesmo que indeferidos, propuseram brechas para profissionais de psicologia atuarem no âmbito da reorientação do desejo, as mídias digitais demonstram ser um canal de procura por apoio emocional. Tal apoio apresenta, através de *A Capa*, as angústias e sofrimentos de sujeitos que não estão inseridos em contextos sociais que lhes propiciem uma experiência afetivo/sexual legítima e livre de qualquer situação de insegurança social. Nesse âmbito, a busca por apoio, em particular, de um profissional de psicologia, como no caso do site, revela-se um anseio por adequação social, balizando os discursos religiosos com os concebidos como científicos representados pelo psicólogo Pedrosa.

Apesar de haver resistências da psicologia com relação ao projeto de cura gay, fica evidente pelo conselho do psicólogo em questão o aspecto de alteração das práticas sexuais, que em sua concepção dependem de reforços contínuos, advindos da terapia sexual, focada no comportamento dos sujeitos. No discurso do especialista percebe-se um distanciamento entre as esferas religiosas e científicas no sentido de confirmar por meio da ciência à qual representa que a homossexualidade não pode ser curada, já que orientação sexual é um atributo pertencente ao sujeito desde seu nascimento. Por este motivo, o homossexual não se recupera no sentido de abandonar seu desejo, porém, há a possibilidade do distanciamento do desejo a partir do momento em que ele não é mais exercido. A prática é situada, portanto, como passível de alteração, enquanto que o desejo está no âmbito do irracional e incontrolável que pode (re) surgir mesmo após tentativas de recuperação e normalização. A linguagem

utilizada pelo psicólogo aponta para a substituição do discurso religioso que condena o desejo e a prática homossexual sob acusações de promiscuidade, pelo discurso científico, validando socialmente a inserção da homossexualidade como status de normalidade sexual, conformando-a nos limites do que é considerado cientificamente como saudável. Tanto o discurso religioso quanto o científico atentam para a busca da causa da homossexualidade, sejam apelando a Deus ou à ideia de Natureza como última instância de constituição dos sujeitos. A sexualidade, em ambos, não é compreendida como algo histórico, cultural e político, o que resulta em concepções que não consideram os contextos sociais em que está inserida. Desse modo, a terapia sexual se complementa com o discurso religioso já que prega a alteração de comportamentos sexuais.

Para além da busca por apoio que explique o que os leitores designam de “cura gay” pela religião, a procura por tratamento para alterar o desejo sob a perspectiva da psicologia também aparece entre os conselhos de *A Capa*, como no excerto abaixo:

Psicólogo Pedrosa, eu já tive relações sexuais com outros homens, mas somente sendo o passivo. Sou muito discreto. Mas não quero mais isso pra mim, existe tratamento para eu ter o desejo pelo sexo oposto, sentir atração. Rafael (São Paulo - SP)

Rafael, não existe nenhum tratamento para mudar o desejo sexual de uma pessoa. Este tratamento não existe e provavelmente não existirá. Um homossexual poderá fazer um tratamento e começar a sentir desejo sexual por uma mulher? Algumas tentativas foram feitas e todas fracassaram.

[...] O que se poderia conseguir, como foi sugerido em alguns estudos, era que algumas pessoas poderiam se esquivar da sua homossexualidade, deixando de praticá-la. Mas, o desejo sexual por alguém do mesmo sexo continuará até o fim da vida.

[...] Por que não se consegue mudar a orientação sexual de uma pessoa? Porque a orientação do desejo sexual não é um comportamento aprendido. Orientação sexual é um comportamento complexo herdado, é um Padrão Fixo de Ação, que é uma predisposição filogenética que temos para determinados comportamentos. Por exemplo: a emissão dos fonemas e a lateralidade são exemplos, também, de Padrão Fixo de Ação. Para os comportamentos se expressarem é necessário um ambiente que os estimulem.

Estes comportamentos são acionados ou disparados para respondermos a determinadas estimulações ambientais em tempo específico do desenvolvimento do organismo. Por exemplo, um menino gay vai ser guiado para sentir atração sexual pelos caracteres sexuais primários e secundários de um homem: pênis, pilosidade corporal, voz, formas do corpo, etc. Já o menino hétero será guiado para os caracteres da mulher: vulva, vagina, seios, etc. Estes caracteres sexuais funcionam como os estímulos liberadores (estímulo-sinal) que irá reforçar o comportamento homo ou hétero na pessoa durante a sua vida.

Em cada indivíduo na infância a orientação sexual irá aparecer de forma muito particular. Os estímulos-sinal ou liberadores que irão evocar a orientação homossexual vão variar de indivíduo para indivíduo.

[...]Penso que você deve procurar um caminho para se aceitar como gay e ser feliz sendo gay. Porque ser homossexual é muito bom e saudável. Ser homossexual torna-se aversivo para a maioria dos gays devido a ação coercitiva homofóbica das agências controladoras de nossa cultura: religião, estado e educação, que querem impor as suas regras para todos tentando eliminar o que de mais precioso nós temos na vida que é a Diversidade. É por causa da Diversidade que a vida existe no nosso planeta.

O relato selecionado é ilustrativo de como o leitor entende a experiência da homossexualidade de acordo com um referencial binário da prática sexual, definindo-se pela posição passiva que assume nas relações sexuais. No entanto, observa-se como tal posição, assim como a própria orientação sexual é ponderada pelo fato de se apresentar como “discreto”, o que em seu discurso, poderia conduzi-lo para o que denomina de “tratamento” para sentir atração e se relacionar com o sexo oposto. O discurso do terapeuta reforça o conselho anterior que se coloca contrário à prática de cura gay advinda de religiões, no sentido de refutar qualquer possibilidade de tratamento de reorientação sexual, já que pela sua especialidade, o desejo é essencializado e por esse motivo não possibilita qualquer tipo de modificação. Como sugestão, ele apresenta as possibilidades assentadas pela ciência de trabalhar sobre a esQUIVA da prática homossexual através de comportamentos suscitados na terapia. O tratamento especializado aparece no discurso do terapeuta como oposição à prática da cura, que se situa no âmbito do fortalecimento de comportamentos associados às práticas

heterossexuais. O vocabulário utilizado aponta para o entendimento da sexualidade a partir de coerências entre sexo biológico, gênero, desejo e práticas sexuais. Apesar de em seu discurso, a orientação sexual estar situada num escopo de análise que atenta para o comportamento do sujeito, no sentido de observar sua socialização como parte de sua sexualidade, isso é efetuado via determinismo comportamental, isto é, na concepção do especialista, o sujeito nasce com um desejo pré-disposto e dependerá de circunstâncias de sua vida para desenvolver sua orientação. A sexualidade para ele necessita do que constantemente denomina de reforços ambientais, ou seja, de estímulos para o desenvolvimento da orientação apenas no âmbito homossexual ou heterossexual, excluindo qualquer possibilidade de fluidez e questionamento dessas identidades fixas.

Em síntese, no discurso do terapeuta, a sexualidade é analisada enquanto essência que se reforça pelo comportamento, que mesmo inserido socialmente, colabora para naturalizar a orientação sexual. No entanto, tal concepção não abre brechas para refletir sobre os quadros regulatórios nos quais essa coerência está inserida e, ainda, as possibilidades de subversão diante disso. Butler (2003) analisa essas regulações e verifica como essa coerência que inclusive ampara a visão do terapeuta, se trata de um discurso que produz identidades generificadas em consonância com o sexo, instituídas em um sistema de heterossexualidade compulsória e naturalizada:

O gênero só pode denotar uma unidade de experiência, de sexo, gênero e desejo, quando se entende que o sexo, em algum sentido, exige um gênero – sendo o desejo heterossexual e, portanto, diferenciando-se mediante uma relação de oposição ao outro gênero que ele deseja. A coerência ou a unidade internas de qualquer dos gêneros, homem ou mulher, exigem assim uma heterossexualidade estável e oposicional. Essa heterossexualidade institucional exige e produz, a um só tempo, a univocidade de cada um dos termos marcados pelo gênero no interior do sistema de gênero binário e oposicional. Essa concepção do gênero não só pressupõe uma relação causal entre sexo, gênero e desejo, mas sugere igualmente que o desejo reflete ou exprime o gênero, e que o gênero reflete ou exprime o desejo. Supõe-se que a unidade metafísica dos três seja verdadeiramente conhecida e expressa num desejo diferenciador pelo gênero oposto – isto é, uma forma de heterossexualidade oposicional. [...] A instituição de uma heterossexualidade compulsória e naturalizada exige e regula o gênero como uma relação binária em que o termo masculino diferencia-se do termo feminino, realizando-se essa diferenciação por meio das práticas d desejo heterossexual. O ato de diferenciar os dois momentos oposicionais da estrutura binária resulta numa consolidação de cada um de seus termos, da coerência interna respectiva do sexo, do gênero e do desejo. (BUTLER, 2003, p. 45-46).

Longe de serem entendidos enquanto essências biológicas, portanto, tanto o desejo, quanto gênero e o sexo são “discursivamente construídos e não há nenhuma possibilidade

tácita para além do discurso” (SALIH, 2012, p. 69). E nessa acepção, a sexualidade “culturalmente construída não pode ser deixada de lado, de modo que para o sujeito resta a questão de como reconhecer e ‘fazer’ a construção na qual ele já se encontra” (IDEM). Os gêneros, os sexos, os desejos e também a experiência da sexualidade estão, portanto, inseridos no interior da matriz heterossexual, a qual mantêm binarismos tão utilizados pelo terapeuta.

O discurso colocado nesses conselhos colabora, em última instância, para a permanência da fixidez do desejo e da orientação sexual, em uma dimensão que também limita as experiências de gênero e sexualidade em sentido binário que depende de identificações e atrações pelo sexo oposto. Somado a isso, a sexualidade mais uma vez aparece na perspectiva biológica, que inclusive sustenta o discurso de apoio à diversidade. A partir desses exemplos é possível aventar que na chave do entendimento do terapeuta há uma negação do caráter social que tanto o desejo quanto a experiência sexual se insere, já que não atenta para o modo como as sexualidades são reguladas através de pressupostos heterossexistas. Não obstante, tais discursos não identificam como os sujeitos são construídos em consonância com a negação do desejo homossexual, para que assumam identidades e práticas heterossexuais.

Nesse sentido, os discursos visualizados nos conselhos também não apontam para os contextos sociais que os leitores vivem, colocando a possibilidade de experiência da homossexualidade como alheia às normas e convenções sociais que limitam os sentidos do que é considerado pela terapia sexual como saudável e inserido socialmente em conjunturas democráticas. Em conformidade a isso, os depoimentos dos leitores apontam para dinâmicas de homens de classes populares sem as seguranças sociais e subjetivas necessárias para assumir e vivenciar a sexualidade, sobretudo, no âmbito público.

Nas entrelinhas do discurso do terapeuta que deslocam concepções patologizadas sobre a homossexualidade, fronteiras são estabelecidas para vivenciá-la no espaço público. Tais fronteiras demarcam noções de gênero articuladas à sexualidade e demonstram os requisitos sociais nos quais a experiência gay se insere:

Gostaria de saber a sua opinião sobre sair do armário ou não. Estou com 17 anos de idade. Lá em casa acho que todos já sabem, mas fingem não saberem. Só minha irmã sabe e ela me perguntou se eu ia virar mulher (risos). No meu trabalho ninguém sabe, mas eles desconfiam, acho. Meus amigos são todos gays alguns assumidos outros não. Saio ou não? Luciano (São Vicente - SP)

Luciano, sair do armário é uma decisão muito pessoal e vai depender de um conjunto de variáveis. Antigamente, quero dizer antes das décadas de 1980/1990, sair do armário era algo para poucas pessoas. As consequências eram bem punitivas: segregação familiar, isolamento social, demissão, entre outras. Mesmos aqueles gays onde a homossexualidade era evidente, gays muito efeminados, eles teimavam em fingir que eram heterossexuais. Claro, com medo das retaliações homofóbicas.

Naquela época era comum, e ainda hoje, ligar o gay a uma figura feminina. Porque só os travestis tinham visibilidade, e não tinha jeito de não ter pela própria natureza do fenômeno da travestividade. Um homem que começa a se vestir como uma mulher e ter um corpo feminino. Recordo do relato de um jovem gay onde a sua mãe pedia encarecidamente que ele ao sair do armário não usasse batom nem roupa de mulher. Hoje já é claro para uma pequena parcela letrada da população que travesti é uma coisa e orientação sexual é outra coisa.

Com a luta política dos gays nas últimas décadas e uma maior visibilidade o panorama mudou. Muitas famílias já aceitam seus filhos gays e algumas empresas admitem funcionários gays. Mas, atenção: essa realidade é minoritária. Ainda estamos longe de termos uma sociedade tolerante com a comunidade LGBT. A homofobia continua crescendo como uma erva daninha que é regada e adubada pelas religiões, em particular os evangélicos fundamentalistas.

Vou te dar um conselho, que dou para os jovens gays. É o seguinte: foque a sua vida nos estudos, trabalhe, tenha uma profissão, seja independente financeiramente e de preferência tenha um lugar para morar.

Mais tarde, quando você obtiver algumas conquistas, avalie se você já tem estrutura de sobrevivência e repertório comportamental (experiência) para enfrentar o mundo. É isso mesmo: enfrentar o mundo. Porque sair do armário hoje pode te trazer coisas legais, mas outras bem desagradáveis. Começando pela família, que via de regra, reage mal com a ideia do filho ser gay ou sair do armário. Não sou contra os gays saírem do armário, pelo

contrário, quanto mais gays fora do armário melhor para eles (serão pessoas mais saudáveis emocionalmente) e para a conquista de uma cultura mais tolerante.

Sair do armário, para o especialista, obedece a um roteiro em que o sujeito se individualize e construa sua independência diante de seu contexto social. No entanto, trata-se mais de uma indagação que se vincula às normas de gênero, na medida em que tanto na conjuntura relatada pelo leitor, quanto no próprio conselho, homossexualidade se relaciona à feminilidade. Homossexualidade evidente, no discurso do psicólogo, se trata daquela que denuncia através do gênero, a orientação sexual. Segundo Miskolci (2013, p. 316),

O armário é um regime de controle da sexualidade culturalmente criado e subjetivamente incorporado por meio do aprendizado social de quais relações são reconhecidas e visíveis no espaço público e quais são punidas ou, na melhor das hipóteses, toleradas apenas quando restritas à invisibilidade e ao privado.

No caso brasileiro, segundo o autor, o armário se vincula à normas de gênero e sexualidade que obedecem à lógica do segredo e, através do qual os sujeitos são avaliados na medida em que aparentam ser heterossexuais e, no caso, fortalecem masculinidades que se aproximam da hegemônica, a de homens reconhecidos como heterossexuais. Os homens que se relacionam com outros articulam o sigilo à discrição de gênero e temem em si e em seus parceiros qualquer forma de “efeminamento”, pois “o cerne desse medo é de que a atração por pessoas do mesmo sexo os leve a confrontar a ordem social, perdendo o privilégio do gênero masculino, o que, de certa forma, os exporia a serem humilhados e (mal) tratados como mulheres” (IDEM, p. 321).

Nesse sentido, a coluna e o próprio conselho são dirigidos a homens gays e quer distingui-los e separá-los mesmo de dissidentes de gênero, ou seja, pessoas trans. Ela evoca ao leitor que se foque em outras esferas de sua vida, que não a sua sexualidade, como estudo, trabalho, independência financeira, etc. Em uma acepção mais ampla, é possível observar como a experiência pública da homossexualidade requer primeiramente um foco em outras áreas, com o intuito de que o sujeito consolide sua autonomia diante do trabalho e da família, para que apenas a partir disso, possa vivenciar de modo minimamente seguro, relações afetivo-sexuais assumidas e sua orientação sexual seja passível de ser aceita socialmente. Apenas dessa forma, sair do armário adquire significado de “saúde emocional”, conforme constatado acima. Entretanto, os conselhos do terapeuta não atentam para o fato de que,

muitas vezes, conquistar autonomia na vida profissional não sobrepõe preconceitos e inseguranças, como no excerto abaixo:

Tenho 32 anos, sou gay, mas não sou assumido no trabalho. Sou supervisor de vendas numa empresa de bebidas. Faz algum tempo que um outro supervisor me enche o saco porque desconfia que sou gay. Apesar de não ser nada efeminado, mas pelo fato de ser solteiro e não apresentar namoradas, ele fica em muitos momentos gesticulado para mim, falando fino e me chamando de Crô, personagem da novela "Fina Estampa". Isso me incomoda muito. Acho que estou desenvolvendo uma depressão. Fico perturbado e não tenho vontade de ir trabalhar. Como devo proceder? Jorge (São Paulo)

Caro Jorge, a situação que você relata é muito comum, principalmente quando a homossexualidade da pessoa é evidente, por exemplo, quando o gay é efeminado.

Em algumas situações o comportamento da pessoa em ficar falando e gesticulando de forma caricata imitando um gay efeminado ou uma travesti na presença do gay que não é assumido tem a função homofóbica de punição para desqualificar o homossexual. Denota assédio moral. Situação que mina a autoestima do homossexual.

Já quando o gay é assumido e é reforçado ter o comportamento caricato, tipo o Crô da novela, ele não encara isso como uma punição. Pelo contrário, nesse contexto, soa como um reforço positivo à brincadeira. O que não é o seu caso.

No imaginário popular o gay é aquela pessoa histriônica: que ostenta exagero nos gestos, na maneira de se expressar, de se vestir e é efeminado. O protótipo desse gay é o Crô, que Aguinaldo Silva reeditou na novela Fina Estampa. É o tipo de gay que faz sucesso na mídia. Amado pelas crianças e pelas senhoras, seu comportamento espalhafatoso agrada muitas pessoas. Vide a travesti Valéria, do Zorra Total. Esse tipo de personagem estava meio modê, agora volta com força na mídia. Ultimamente com a visibilidade da população gay na mídia esta imagem começou a ser desmistificada com a inclusão de gays masculinizados nas novelas.

Como você deve agir? Sugiro que converse com o seu colega e relate que você não se sente bem sendo comparado com um personagem de novela e peça para ele parar. Caso a conversa não tenha efeito fale com o seu chefe e relate a situação.

Caso nenhuma dessas situações resolvam, você pode abrir um processo judicial por assédio moral. É uma medida extrema que tem consequências, ou seja, a sua exposição. Por isso muitos gays desistem de ir por esse caminho.

Uma sugestão final, talvez, seja o caso de você procurar ajuda psicológica para criar repertório de como lidar com situações de assédio moral. Receba meu afetuoso abraço e solidariedade.

A utilização da expressão “homossexualidade evidente” para classificar o sujeito denota sua expressão de gênero como efeminado e se revela como balizador do preconceito sofrido pelo leitor. O discurso do terapeuta, ao mesmo tempo em que tenta verificar o modo como as pessoas interagem com sujeitos homossexuais, parece direcionar sua análise de modo fixo e generalizado, observando os motivos pelos quais os sujeitos são alvos de preconceitos e piadas. Nesse aspecto, ao final do conselho, orienta o leitor a ir em busca de ajuda psicológica para além do apoio emocional efetuado pelo site, o que, juntamente com o depoimento, indica que o contexto do leitor não colabora para segurança ao experimentar sua homossexualidade e, ainda lhe coloca em condição de subalternidade, com a qual deve conviver cotidianamente.

De outro lado, não há questionamento no que tange às associações e piadas dirigidas ao leitor, de modo que a explicação se coloca no sentido de apontar para as possíveis estratégias de interpelação que esfacem o teor preconceituoso. No conselho, caso o sujeito seja socialmente assumido e denote um comportamento efeminado, terá mais facilidade para aceitar e interagir com as piadas de seus colegas de trabalho – o que aloca o sujeito à posição do deboche a qual está constantemente em diálogo. Caso adquira expressões de gênero, que nas palavras do terapeuta, não evidenciem sua homossexualidade por se tratarem de performances masculinizadas, o assédio se torna menos visível e comum. O conselho ainda aponta para a evidência maior que sujeitos homossexuais alcançam na mídia hoje, em programas de humor e em telenovelas. Entretanto, se demonstra neutro no que se refere a refletir sobre normas de gênero que alocam os sujeitos a posições de subalternidades, sobretudo na mídia para que sejam socialmente aceitos. É patente como em programas de

televisão, sujeitos pobres, racializados e efeminados fazem parte de um núcleo de humor, sendo constantemente alvo ou produtores de piadas sobre a sexualidade inclusive, enquanto que em novelas a homossexualidade é representada de modo heteronormativo, por casais brancos, de classes média-altas e masculinizados que desejam se casar ou adotar crianças. Ou seja, as normas de gênero se articulam à aceitação social da homossexualidade, pois a visibilidade desta é negociada em termos de gênero e determinam as posições que serão ocupadas por sujeitos que se situem nos limites tênues entre o saudável e o deboche. Tais limites, por sua vez, atuam na designação de sujeitos de acordo com gênero, classe social e raça, pois essas marcas definirão a qual tipo de relação a experiência da homossexualidade se encaixa.

Além disso, no que se refere às negociações de visibilidades da homossexualidade, em artigo recente contrastando as experiências de visibilidade homossexual entre Brasil e Estados Unidos, Miskolci (2014) verifica como no Brasil há uma negociação mais acentuada que se dá, em especial, nos âmbitos familiares e profissionais. O contexto brasileiro de homens que se relacionam afetiva e sexualmente com outros homens além de demandar performances de gênero que destoem de posições “efeminadas” e subalternas, demonstra como são apresentadas as negociações em torno da sexualidade. A conjuntura revela que “o que se passa entre nós é a tentativa constante, difícil e muitas vezes dolorosa, de negociar a própria sexualidade sem que ela comprometa sua aceitação familiar, no trabalho e na vida social como um todo”. (MISKOLCI, 2014, p.69).

Sendo assim, a homossexualidade para adquirir condições de ser vivenciada abertamente passa por adequações tanto no que tange ao gênero, em consonância com uma série de atitudes que a legitimem no contexto social. Sair do armário no cenário brasileiro trata-se de uma tecnologia de gênero, a qual se articula com independência familiar advinda por meio do trabalho e principalmente a performances de masculinidades associadas à heterossexualidade. Outrossim, assumir-se passa a estar vinculado à um “projeto de masculinidade” – nos termos de Connell (2005, p. 71) – que exige adquirir autonomia financeira e familiar, o que em contexto brasileiro ainda se restringe às classes profissionais privilegiadas que tem acesso a tais possibilidades.

O apoio emocional visualizado em *A Capa*, por conseguinte, busca subjetivar os sujeitos que provavelmente ainda não conseguiram alcançar um projeto de ascensão social suficiente que lhes garanta experienciar a homossexualidade em cenário público. Essa subjetivação atua de acordo com a tecnologia de gênero e sexualidade, na qual o apelo

colocado pelo terapeuta no que tange ao leitor focar-se nos estudos e na área profissional visa corroborar para sua concepção de que a homossexualidade saudável, nos seus termos, somente é possível enquanto o sujeito adentra na vida adulta, assinalada pela saída de casa e independência familiar e, sobretudo, que almeje um projeto de masculinidade que não evidencie sua homossexualidade. Em resumo,

Algo é certo, tanto o “armário” quanto essas outras formas de negociar a visibilidade em busca de segurança têm dependido da habilidade de alguns sujeitos de “passarem por” hetero. Quanto melhor sucedidos/as em manter uma aparência heterossexual, mais seguros no emprego, no espaço público e mesmo no meio familiar. Essa aparência hetero é construída especialmente por uma performance de gênero heterossexual e pela simulação convincente de sinais de uma sociabilidade pautada pelos rituais amorosos com pessoas do sexo oposto. É importante sublinhar que o “passar por” não é uma opção, antes uma estratégia de sobrevivência em um contexto social hostil, no caso, heterossexista. “Passar por” é uma performance contínua, reflexiva e que demanda um alto grau de autocontrole subjetivo e corporal dos sujeitos. (MISKOLCI, 2014, p. 68).

É possível constatar, portanto, uma moralidade heteronormativa que permeia os discursos em torno de “se assumir” no contexto brasileiro, de modo que a homossexualidade tem a chance de adquirir visibilidade e ser experienciada apenas nos limites em que mantenha conformidade com uma aparência heterossexual, estabelecida nos termos de gênero, do qual há uma demanda por performances que se relacionem à masculinidade heterossexual, particularmente à virilidade, conforme constatado por pesquisas recentes (MISKOLCI, 2014; KURASHIGE, 2014; ZAGO, 2013; PADILHA³⁷, 2014).

Não se trata, nesse caso, de adotar um pensamento que exclua a possibilidade da homossexualidade, mas sim de enquadrá-la dentro de preceitos heteronormativos para que ela possa “existir” no âmbito público. A heteronormatividade, nesse sentido, “expressa as expectativas, as demandas e as obrigações sociais que derivam do pressuposto da heterossexualidade como natural e, portanto, fundamento da sociedade” (MISKOLCI, 2009, p. 156). Para sujeitos que experienciam relações homoeróticas em segredo no cenário brasileiro, principalmente para os que não dispõem de possibilidades efetivas de lidar com tal experiência publicamente, por não possuírem estabilidade profissional que os torne independentes da família, o requisito de que “passem por hetero” vincula-se à performances de masculinidades heteronormativas e dissociadas de qualquer aspecto que denuncie a relação com o que é considerado como feminino. Diante disso, pelos depoimentos dos leitores, assim

³⁷ Me refiro à recente pesquisa de mestrado intitulada *O segredo é a alma do negócio: mídias digitais móveis e a gestão do desejo homoerótico masculino na região de São Carlos* a ser defendida em 2015.

como pelos conselhos, observam-se “os meandros da heteronormatividade, tanto a homofobia materializada em mecanismos de interdição e controle das relações amorosas e sexuais entre pessoas do mesmo sexo, quanto a padronização heteronormativa dos homo orientados” (IDEM, p. 157).

A observação dos conselhos de *A Capa* no que se refere ao apoio para vivenciar a homossexualidade desvendam elementos que circunscrevem relatos de subalternidades semelhantes ao das leitoras do blog *Cérebro Masculino*. As situações em que o público se encontra demonstram como estão alocados a posições submissas nas relações ou em possíveis flertes, dos quais têm dificuldades de se desvencilhar, como no relato abaixo:

Sou gay não assumido no trabalho e convivo com um amigo num estabelecimento de ensino e percebo indiretas dele a respeito da homossexualidade. Existe um clima de atração entre nós, ele nunca é muito claro, mas está sempre fazendo comentários sobre homens bonitos ou com pênis avantajados, ou então situações de homens casados que fazem sexo com outros homens. Esse tipo de comentário é insistente e sempre acontece quando estamos juntos ou pego carona com ele.

Tudo isso me deixa desconcertado e muitíssimo excitado. Mas existe a questão de além de ser um cara do meu trabalho, é um sujeito casado com uma mulher e pai de três filhos. Percebo em mim componentes fantasiosos. Toda a situação mexe muito com minha fantasia e tenho medo de levar essa questão adiante, até por ele nunca ter falado de nenhuma experiência dele (não sei se ele sonda o terreno). Assim temo me expor e ele simplesmente fugir da raia (ou então expor o assédio aos colegas), apesar de todos os indícios de bissexualidade e da sedução reinante.

Já levo essa história com bastante incômodo, mas percebo também que há algum ganho secundário meu nisso tudo. Em meio às dificuldades de relacionamento afetivo que tenho, vejo que talvez esse cara seja uma espécie de "bote salva vidas". Não sei mais como conduzir essa situação, se saio fora de vez ou sou assertivo com o sujeito pagando pra ver a experiência. Tide (Rio de Janeiro - RJ)

Caro Tide, seu relato é relativamente comum entre gays que apresentam alguma dificuldade em manejarem a sua homossexualidade. São gays que não aceitam a sua orientação sexual e

vivem na clandestinidade, escondendo o seu verdadeiro desejo. Como eles ficam muito privados de uma vida sexual e afetiva com outra pessoa do mesmo sexo se envolvem facilmente com alguém que sinaliza uma possível homossexualidade. É comum, também, o relato de fantasias que é um efeito colateral da privação.

A privação do sexo gay pode levar a esta condição de fácil envolvimento com alguém que emite dicas. É o caso deste seu colega de trabalho que emite possíveis dicas da homossexualidade dele.

O problema é que não sabemos a funcionalidade dessas dicas: podem ser falsas, pode se assédio moral - homofobia, ele pode te desejar e ser um gay "enrustido" casado com mulher, entre outras. Acho que se ele quisesse algo com você seria mais direto, não ficaria te provocando. Seria uma hipótese mais provável.

O conselho que te dou é "pular fora". Apesar da forte homofobia que ainda reina na nossa cultura o gay hoje tem várias alternativas para arrumar um parceiro para sexo casual ou relacionamento, como: internet, saunas, casas noturnas, bares, entre outras. Aí no Rio de Janeiro existem várias opções onde você pode encontrar pessoas. Boa sorte. Feliz ano novo.

As dúvidas do leitor com relação à evidência do interesse do amigo são indicativos de como há um apagamento social do desejo homossexual, ainda muito disseminado, corroborando para a divisão advinda do discurso hegemônico que divide a sociedade por meio do binário heterossexual e homossexual e afirma que um é majoritário e o outro minoritário. Contudo, a partir da perspectiva queer, verifica-se que o desejo homossexual é socialmente perseguido como ameaça a uma ordem heterossexual, de modo que pode se tornar obscuro e levar sujeitos a constituírem vidas heterossexuais, como o exemplo do amigo que parece dar sinais de interesse.

Conforme observa Hocquenghem (2000, p. 27), o que acontece se trata de uma paranoia quanto ao desejo homossexual que culmina na constituição da homossexualidade como categoria separada e inferiorizada diante da heterossexualidade. Essa paranoia, além de sexualizar qualquer relação com um sujeito homossexual, colabora para mantê-lo em constante vigilância sobre qualquer gesto que possa ser associado à investida sexual, assim como sobre seu próprio comportamento que em determinados contextos pode lhe entregar e

expor a retaliações morais e até de violências simbólicas e físicas. O que ocorre, de acordo com o autor, é:

A constituição da homossexualidade como uma categoria separada se dá junto com a sua repressão. Por isso não devemos ficar surpresos ao descobrir que a repressão anti-homossexual é em si uma expressão desviadora do desejo homossexual. A atitude do que “a sociedade” se convencionou a chamar é, deste ponto de vista, paranoica: sofre de um delírio de interpretação que leva em todos os lugares para capturar a evidência de uma conspiração homossexual contra o seu funcionamento. [...] O aparecimento de um homossexual reconhecido ou declarado leva imediatamente aqueles ao seu redor a um medo terrível e sem fundamento de serem violados. O intercâmbio entre um "bicha" e um indivíduo que se considera normal nasce a tensão que imediatamente levanta a questão do que é "normal": Ele me deseja? Como se o gay nunca escolhesse seu objeto, como se todo indivíduo do sexo masculino será bom o suficiente para ele.

Somado a isto, o engajamento em flertes incertos como no caso acima se manifesta como única alternativa de envolvimento afetivo-sexual para o leitor que considera as investidas do colega de trabalho como “bote salva-vidas” diante dos problemas enfrentados em outras relações. Desse modo, a indagação sobre a tentativa de efetivar a relação aparece relacionada ao temor de não conseguir outros parceiros e com isso percebe-se a possibilidade atenuada de se envolver sexualmente com um homem casado que dá indícios de ter desejo pelo leitor. Isso se coloca de modo semelhante aos relatos apresentados pelo campo do blog *Cérebro Masculino*, no qual mulheres consideradas menos demandadas no mercado amoroso são designadas à posições de amantes e indignas do investimento dos homens nas relações. No entanto, como abordado no capítulo dois, as mulheres que buscam por apoio emocional no referido blog, fazem parte de uma parcela da população brasileira que adquiriu recentemente ascensão social e, particularmente no caso feminino com a entrada acentuada no mercado de trabalho e acesso mais amplo ao ensino superior, o que lhes possibilita mais agência em busca de relacionamentos com homens que sejam ao menos mais interessados em dividir a vida e o peso emocional de conduzir a relação. Caso não seja possível encontrar um parceiro que lhes ofereça condições mais igualitárias, elas acabam se envolvendo com homens casados, dos quais têm diversas expectativas que, porém, não são cumpridas.

No caso dos leitores de *A Capa*, possivelmente os sujeitos também mal alocados no mercado amoroso, e que indícios apontam para o fato de exercerem performances de gênero associadas ao feminino os tendência ou os mantêm na posição de amantes de homens que se relacionam publicamente com mulheres e que podem, inclusive, serem casados. Por outro

lado, tais sujeitos ao invés de vivenciarem um contexto de agência que lhes possibilita solicitar por mais equidade na relação, são mantidos em posições subalternas, submetidos à invisibilidade e a carregarem o peso emocional de não exporem suas vidas e principalmente a do parceiro que procura conservar sua aparência heterossexual. Em suma, nesses contextos “o amor entre os amantes homens frequentemente é percebido por um dos parceiros como ameaça a seu status heterossexual” (MISKOLCI, 2013, p. 320).

Já na visão do especialista, a situação é avaliada dentro de uma perspectiva de enquadramento do desejo e da sexualidade, no anseio de definir a orientação sexual e encontrar causas para as atitudes do colega de trabalho. Como uma causa direta que determine a fixidez do desejo e da orientação sexual do parceiro, não foi encontrada, o apoio caminha no sentido de incentivar o leitor a ir em busca de relações casuais ou sérias em espaços destinados especificamente ao público gay, para os quais, dentro desse discurso não há necessidade de averiguação dos desejos e intenções. No discurso do terapeuta existe um desejo único e verdadeiro que não transita entre a homossexualidade e heterossexualidade e quando sujeitos fogem à fixidez desses limites, são posicionados na esfera do comportamento sexual, como no caso da bissexualidade, inserida nesse discurso à margem do que é considerado como “verdadeira natureza” do desejo sexual.

Os discursos do terapeuta parecem não refletir sobre os contextos que os leitores se situam no âmbito de experienciarem o desejo para além dessa dicotomia. Além disso, os conselhos à respeito da experiência da homossexualidade que se situa no âmbito do apelo à sair do armário e vivenciá-la “saudavelmente” no espaço público demonstram ser incoerentes com a realidade dos leitores de *A Capa*. Os relatos atestam uma insuficiência de condições materiais, simbólicas e emocionais para lidar com sua subalternidade nos relacionamentos que ora os aloca à invisibilidade e solidão da experiência do armário, ora a relações desiguais em que são amantes e carregam o peso emocional completo da relação.

Nesse sentido, a partir desses dois eixos que constituem a busca por apoio emocional nos conselhos de *A Capa* é possível identificar como o desejo homossexual é explicado através de essencialismos e que a terapia sexual, por sua vez, opera no âmbito da compreensão e produção de coerência entre desejo e prática sexual. Somado a isto, as avaliações do especialista que aludem a elementos sociais concernentes a experiência da homossexualidade baseados em aspectos geracionais, preconceitos e visibilidades desses sujeitos, aparecem tratados como processos que dependem de normalizações no que tange a gênero e sexualidade e dependem unicamente do sujeito, desqualificando suas conjunturas de

classe social, raça, geração e localização geográfica em que vivem. Tanto os conselhos, quanto a mídia voltada para os sujeitos homossexuais – enfatizando mais os homens - parece lhes oferecer uma relação de apoio emocional, demandando-lhes que se tornem um modelo de gay para serem “saudáveis” emocionalmente e dignos de serem amados. O contexto de inserção das mídias digitais na experiência desses sujeitos revela uma inflexão no regime de visibilidade homossexual pós-1997 (Cf. Miskolci, 2013). Se no passado o desejo homossexual era temido, patologizado (como doença mental até 1973 e como vetor da aids na década de 1980), e escondido, hoje ele é reconhecido desde que normalizado dentro de um modelo relacional gay difundido pelas mídias que permite verificar a partir do apoio emocional, como tal normalização tem um componente psi que ainda vê no desejo sexual o cerne das experiências desses sujeitos.

Isto posto, o final desse capítulo sinaliza o término da análise do primeiro universo empírico de pesquisa, destinada a compreender as configurações que a modalidade de consultório sentimental assume nas mídias digitais. A partir da apresentação de conselhos destinados ao público homossexual de *A Capa* e feminino do blog *Cérebro Masculino* destacam-se intervenções por parte dos conselheiros que se situam no âmbito da normalização de comportamentos, assim como verifica-se um contexto no qual tais sujeitos estão inseridos em narrativas que evocam subalternidades em suas relações afetivo/sexuais.

De um lado, mulheres de classes populares com histórias marcadas por submissão nos relacionamentos, seja por questões financeiras ou por se manterem em relações com homens casados demonstram o quanto para esse estrato da população as condições que as levam a procurar por apoio emocional centrado no olhar masculino apontam para o fato de que não podem contar com apoio na conjuntura em que vivem. Tal fato permite constatar o quanto há um peso emocional desigualmente dividido na relação dessas mulheres, que por sua vez, as posiciona como responsáveis para manter um ideal de estabilidade na relação, ao passo que seus parceiros saem ilesos de tal demanda. Os conselhos e relatos de *A Capa*, por sua vez, apresentam indagações a respeito do desejo, em consonância com um contexto no qual a experiência da homossexualidade é marcada pelo segredo e mantêm sujeitos em posições também subalternas, vivenciando relações que os alocam a posições de amantes ou que os incitam a colocar o desejo à prova. Nesse aspecto, os conselhos do terapeuta apontam para a ausência de análise que verifique os contextos aos quais os seus interlocutores pertencem e uma perspectiva que encerra a sexualidade em binarismos e essencialismos que reforçam a heterossexualidade como hegemônica.

Em ambos os campos – *Cérebro Masculino* e *A Capa* – destaca-se um tipo de apoio emocional calcado na chamada do sujeito a ter mais agência no relacionamento. No entanto, tal agência não se coloca no sentido de tornar os sujeitos que buscam por apoio nessa modalidade mais autônomos. Antes, se trata da evocação de agência no sentido de responsabilizá-los/as pelas relações, culminando numa subalternização pelos conselhos apregoados que os situam de forma descontextualizada de suas experiências sociais.

Dessa forma, os homens heterossexuais (ou que assim parecem socialmente) são alocados em uma posição confortável, intocada e/ou inquestionada. No mercado amoroso e sexual, é como se os sujeitos que estão nas bordas, ali estivessem por fracasso próprio e não por regras e normas sociais que os desclassificam ou os posicionam de modo inferior, como fica explícito pela repulsa à figura da perigete no *Cérebro Masculino* e do homem afeminado que denuncia sua orientação sexual, como vistos pelos relatos presentes em *A Capa*.

4 Apoio emocional no entendimento dos profissionais de psicologia: ressignificações e moralidades dos usos das mídias digitais

Com o intuito de observar os embates que se colocam sobre quem pode prover apoio emocional através das mídias digitais, incorporei como universo de pesquisa a análise dos discursos dos profissionais de psicologia que estão inseridos no mercado de orientação terapêutica online. O objetivo é, portanto, contrastar com os outros universos, os interesses de psicólogos em aderirem às novas tecnologias para garantirem-se dentro do mercado de apoio emocional que, como vimos, conta com outras modalidades, como as comunidades online que não precisam de intervenção profissional para promover apoio emocional e os consultórios sentimentais digitais que promovem aconselhamento afetivo massificado. Assim, decidi incorporar na análise a os usos profissionais das mídias digitais com a finalidade de se constituir enquanto clínica terapêutica online.

Tal como definido por Figueira (1978, p. 47), terapêutico se refere aos recursos que uma sociedade disponibiliza aos indivíduos que considera física ou mentalmente doentes, abarcando práticas como medicina, psiquiatria, psicologia, homeopatia, etc. Sendo assim, clínica terapêutica será adotada aqui com ênfase nas práticas que envolvem os saberes e a cultura psi enquanto repertório que fornece recursos teóricos e conceituais para a criação de uma narrativa organizada do eu. Compreendo que a mídia digital é uma das instâncias na qual a clínica terapêutica é identificada e sua análise pode revelar aspectos que enfatizam as moralidades em torno dos usos das mídias digitais em interface com a construção de um saber de caráter científico articulado ao mercado profissional.

Nesse sentido, este capítulo apresenta uma discussão acerca da inserção profissional de psicólogos no mercado de apoio emocional, a partir de entrevistas presenciais e por *Skype* realizadas com membros do NPPI e profissionais liberais que tem utilizado da internet para promoverem atendimentos psicológicos. Essa proposta visa contemplar como esses profissionais visualizam o processo de apoio emocional através das mídias digitais em contraste com os outros universos empíricos de pesquisa que abarcam formas de apoio não vinculadas diretamente a saberes científicos. Por conseguinte, pretendo inicialmente percorrer a trajetória dos discursos do Núcleo e da recepção das tecnologias pela psicologia com a finalidade de problematizar as moralidades sobre os usos das mídias digitais nesse cenário específico. Como pretendo demonstrar, essas moralidades se desenvolvem concomitantemente ao processo de constituição e regulamentação da orientação psicológica

profissional no Brasil. Meu objetivo é entender como uma instituição de pesquisa concebe o apoio emocional e como desenvolve metodologias pra isso juntamente aos discursos que faz sobre as mídias que traduzem moralidades específicas de seus usos. Nesse âmbito, a consolidação da orientação psicológica permite verificar o modo como os discursos sobre os usos considerados adequados das mídias digitais colaboram para a definição do campo da psicologia no entendimento das tecnologias, bem como na esfera do apoio emocional.

NPPI: moralidades sobre os usos das mídias digitais no desenvolvimento do apoio emocional

Durante a construção do objeto e campo empírico da pesquisa, me deparei com a necessidade de ampliar as análises para entender o posicionamento dos especialistas profissionais que caracterizaram o apoio emocional visualizado nas mídias impressas e eletrônicas. A pesquisa exploratória indicava a existência de modalidades de apoio derivadas dessas mídias, contudo, revelavam um deslocamento quanto à presença de especialistas que não necessariamente estavam presentes nos sites que forneciam apoio. A questão que permeava a ampliação dos universos de pesquisa, portanto, giravam em torno de entender qual a posição que os profissionais de psicologia ocupavam no apoio emocional pelas mídias digitais. Além disso, as possibilidades assentadas por essas mídias de estabelecerem relações por meio de plataformas de comunicação levantava a indagação sobre a realização de serviços psicológicos como a terapia. Logo, o empreendimento com a finalidade de entender a posição dos especialistas nas mídias digitais desembocou no Núcleo de Pesquisas em Psicologia e Informática que entre suas atividades mais expressivas situa-se o aconselhamento gratuito por e-mail.

Desse modo, essa incorporação permitiu desvendar os discursos dos especialistas sobre as mídias digitais que se desenvolveram concomitantemente à modalidade de apoio emocional denominada de orientação psicológica. Esses discursos, marcados pelo caráter do perigo e temor que as novas tecnologias despertavam se associou em grande medida à categorização de usos considerados inadequados, principalmente se tratando sobre o que é designado de vício da internet. A partir da recuperação da trajetória das atividades do Núcleo, assim como de alguns profissionais que o constituem, a ideia é analisar a emergência do campo psi como fonte discursiva das moralidades dos usos das mídias digitais. E, consonante a isso, a orientação psicológica aparece para atender às demandas do que consideram como usos

excêntricos ou compulsivos da internet, gerando os vícios que, nesse cenário, se tornam um dos instrumentos importante de legitimidade profissional do apoio emocional nessas instâncias, por se constituir como um caso clínico que exigiu a construção metodológica de como efetuar a orientação via mídias digitais.

O campo de estudos na área de psicologia que se debruça sobre a temática dos usos da internet tem alcançado repercussão midiática nos últimos tempos, levando em consideração seus usos do ponto de vista negativo, em especial enfatizando os vícios. Nicolaci-da-Costa (2002b: 27) faz um apanhado das notícias encontradas na mídia americana e brasileira na década de 1990, período em que a internet comercial chega a esses países e verifica como foi recebida articulada às noções de perigo e patologização dos seus usos, chegando em alguns casos a ser comparada como doença, vício que acometia adolescentes despertando sensações similares ao uso de cocaína. Em contexto americano, após os primeiros momentos de disseminação da internet e avaliação negativa pela mídia, os psicólogos e acadêmicos adotaram uma postura mais crítica e distanciada para analisar tal cenário. No Brasil, a mídia captou o clima de desconfiança inicial promulgado pela mídia americana e passou a concentrar seus discursos sobre a internet ancorados por noções de patologias. Contudo, a preocupação acadêmica dos Estados Unidos não despertava um olhar mais atento sobre os usos da internet aqui no Brasil até então, talvez até por que ela estava em disseminação ainda para um público restrito, já que apenas uma parcela da população tinha acesso à internet discada neste período. De acordo com a autora (NICOLACI-DA-COSTA, 2002b, p. 28), “os milhões de usuários brasileiros da Rede são, como vimos, bombardeados com informações fragmentadas, alarmistas e contraditórias sobre todos os tipos de patologia potencialmente gerados pela Internet, sem que ao menos sejam avaliados os efeitos que essas informações têm sobre eles”. Alguns excertos retirados de jornais do final dos anos 1990 no Brasil, como Folha de S. Paulo e O Globo, foram utilizados pela autora para ilustrar como houve uma recepção de concepções de psicólogos americanos e canadenses categorizando os usos da internet como vícios. Entre os que reproduzo abaixo, um deles aloca especificamente os sujeitos propensos a desenvolver a doença:

A Internet vicia. Essa é a conclusão do psicólogo britânico Mark Griffiths, que, após um ano e meio de pesquisas, definiu o perfil do viciado: é o adolescente solitário que usa o computador para criar um universo paralelo. Alguns sintomas podem indicar o grau de dependência semelhante ao da cocaína - Matéria retirada do Jornal do Brasil em 7 de agosto de 1997. (NICOLACI-DA-COSTA, 2002b, p. 27)

O número de viciados em informações obtidas na Internet está aumentando em todo o mundo, segundo estudo realizado pela agência Reuters. Um total

de 53% das mil pessoas entrevistadas admitiu que sofrem de incontrolável ânsia de obter informação pela Internet. O estudo foi realizado com executivos de ambos os sexos na Grã-Bretanha, EUA, Irlanda, Alemanha, Cingapura e Hong Kong – Matéria retirada do Jornal do Brasil em 8 de dezembro de 1997. (IDEM).

[Segundo o psicólogo canadense Jean-Pierre Rouchon], homens entre 25 e 35 anos com um bom nível socioeconômico, que passam incontáveis horas trabalhando na frente dos seus computadores, são o principal grupo de risco para um novo tipo de dependência que começa a ser detectado: o vício em Internet – artigo da revista Superinteressante, edição de Outubro de 2000. (IBIDEM).

A partir dessa constatação, Nicolacci-da-Costa levanta indagações para a área de psicologia frente às mudanças subjetivas provocadas pelas novas tecnologias de comunicação que emergiam naquele momento, com vistas a propor uma atenção maior no que tange à compreensão desse contexto e possibilidades de atuação de psicólogas e psicólogos: “se, enquanto profissionais de psicologia, acreditarmos que o ser humano não está sendo tocado pelas transformações radicais que o mundo vem sofrendo, corremos o risco de perder nossa capacidade de estudá-lo, descrevê-lo, interpretá-lo, compreendê-lo e, conseqüentemente, ajudá-lo” (NICOLACI-DA-COSTA, 2002a, p. 199). A reflexão da autora, que é consolidada pelas suas pesquisas sobre psicologia e internet como uma das pioneiras nessa conjuntura, é relevante para ponderar em que sentido as transformações tecnológicas se associam com transformações subjetivas, em especial, a partir dos discursos da psicologia em um momento histórico que elas eram introduzidas no Brasil. Transformações que, sobretudo, em sua concepção devem atentar para esses contextos e, conseqüentemente, discutir formas e capacidades de atuação profissional de psicólogos no exercício da terapia.

Não obstante, no mesmo período que Nicolaci-da-Costa verifica discursos midiáticos apontando para o caráter negativo dos usos da internet, caracterizando-os como vícios e, especificamente em 1995, a PUC de São Paulo inaugura o Núcleo de Pesquisas em Psicologia da Informática (NPPI), com intenções acadêmicas de divulgação de pesquisas da Clínica-escola da PUC Ana Maria Poppovic. A ideia inicial era apenas fazer uma página na internet com o intuito de aproximar a comunidade com a clínica. Porém, como explica detalhadamente uma das fundadoras, tal objetivo extrapolou os limites de uma página na internet apenas e suscitou novas formas de realização e debate em torno do exercício profissional da psicologia:

Na verdade na época não existia a menor intenção de oferecer atendimento nenhum. E aí eu conheci uma, na época era uma BBS. Você já ouviu falar em BBS? É uma precursora da

internet como a gente conhece hoje. Era uma forma de comunicação que tornava viável você trocar e-mails, só que através desse intermediário que eram as BBSs. Então existiam, por exemplo, BBS em psicologia, de advogados, de médicos, de economistas...é como se fossem combinhos de profissionais que se comunicavam, mas de uma forma muito rudimentar. Era uma troca de e-mails muito lenta, via internet discada. Então conheci uma BBS de psicologia e fiquei encantada com aquilo e eu achei que aquilo era um potencial de comunicação muito grande e junto com mais dois colegas lá da PUC que também eram entusiastas desse assunto a gente começou a conversar informalmente e aí surgiu a ideia de se criar a home page da clínica da PUC. Foi esse o caminho. Eu achava aquele canal de comunicação uma coisa que ia crescer bastante, que tinha muito potencial pra crescer. Na época era uma coisa bem pouco pretensiosa, a gente nem imaginava oferecer nenhum tipo de serviço [...] Era a época que a internet aberta estava chegando aqui e a gente achava aquilo interessante e achávamos que seria importante ter um site da clínica e na época era muito estranho: “Pra quê a gente queria esse troço?” ninguém tinha homepage. Com muito custo a gente conseguiu fazer isso, mas tudo na base do amorismo e da colaboração porque a PUC mesmo não quis saber do projeto. Era assim, eu e o Lorival ajudava a montar, tinham ex-alunos que ajudavam na elaboração de conteúdo e finalmente foi ao ar a página e a gente apresentou este trabalho num congresso que aconteceu aqui na PUC em 98. À partir desta publicação, as pessoas ficaram muito interessadas e eles concordaram, fizeram a magnanimidade de colocar o site no site oficial da PUC. Só que durante um tempo era mão única ainda, não tinha e-mail, era só visitável, mas não tinha comunicação. A gente batalhou por um e-mail, que foi nosso primeiro endereço que era clinica@puc.sp.br e a partir do momento que o e-mail estava disponível na página, as pessoas entravam lá e começavam a escrever pra gente solicitando ajuda, ajuda que até então a gente não tinha intenção de oferecer. A gente até comentava de vez em quando: “puxa, isso aqui pode dar uma boa forma de interação com as pessoas, com os leigos, as pessoas comuns”, mas nem passaria pela nossa cabeça oferecer nada, porque não tinha regulamentação nenhuma, o Conselho nem sabia que isso existia. O que começou a acontecer foi que a gente começou a receber mensagens de pedido de ajuda muito explícitos, onde as pessoas se expunham muito e a gente começou a ficar preocupado com aquilo: “O que fazer diante disso?” A gente começou a procurar conselho, ninguém sabia o que dizer. “Bom, vamos fazer o que a gente puder”. À partir disso que a gente começou a discutir a formatação de como acolher essa demanda. O que fazer diante dessa demanda né?! Que tipo de coisa estava acontecendo ali? E, simultaneamente, alguns profissionais autônomos

estavam começando a oferecer psicoterapia virtual: um rapaz lá do Ceará, uma outra moça do Rio e até hoje estão por aí. Mas como esses profissionais começaram a oferecer, o conselho Federal ficou preocupado e montou um grande evento em 98, no Centro de Convenções Rebouças, um mega-evento achando que ia chover psicólogo e foi curiosíssimo porque tinha mais gente nas mesas do que na plateia. Trouxeram palestrante internacional, trouxeram a Nicolacci na época que já fazia um trabalho lá no Rio, mas um trabalho mais acadêmico, de estudo teórico e foi muito curioso, porque os trabalhos eram assim, coisas que pra todo mundo era grego. Bom, à partir daí que o Conselho se preocupou a normatizar isso e criaram o Regional de São Paulo, em parceria com o Federal, que era um grupo de trabalho que funcionava via internet pra discutir a questão da regulamentação desse serviço. Nós participávamos, eu e as pessoas que faziam parte do NPPI na época. Esse grupo discutiu intensivamente durante um ano como esboçar uma resolução que foi a primeira promulgada em 2000. Então durante um ano, um ano e pouco houve discussões e aí saiu a primeira resolução que ficou praticamente igual até agora, até recentemente, 15 dias atrás houve uma primeira reformulação. Essa de 2000 foi revista em 2005, mas revista só na redação, o teor era o mesmo, se era permitido ou não continuou igual. Então de 2000 até agora nada tinha mudado no panorama. O que dizia essa resolução? Resumidamente: “é permitido realizar serviços de orientação psicológica”. Atendimento psicoterápico só em caráter de pesquisa, seguindo todas as normas de pesquisa com seres humanos, o que na prática restringe muito, porque você tem um esquema muito bem montado, não só do ponto de vista acadêmico, mas do ponto de vista técnico também. Não é qualquer profissional liberal que vai montar um site pra fazer uma pesquisa. Precisa ter um financiamento no mínimo ou muito dinheiro e por pesquisa você não pode cobrar. Então na prática alguns heróis e heroínas tem feito alguns trabalhos de teor acadêmico, como mestrado e doutorado. Mas pesquisas que têm sido feitas muito gradativamente por conta dessas dificuldades(Profissional do NPPI).

A partir da trajetória profissional relatada acima é possível constatar que o surgimento do Núcleo se deu em conjunto com um contexto de introdução da internet comercial no Brasil com o interesse da psicologia pela informática, em particular, pelos usos da internet. Esse contexto se deu em conformidade também com a recepção brasileira de estudos americanos sobre os impactos dos usos da internet, bem como com a repercussão midiática negativa sobre eles (Cf. Nicolaci-da-Costa, 2002b). A resposta a esse cenário ainda complexo e inicial por parte da psicologia foi a organização de eventos acadêmicos no intuito de discutir e pensar os

rumos que tomaria a partir daquele momento, no entanto, sem objetivos específicos de refletir e oferecer ferramentas para o desenvolvimento de formas de atendimento psicoterápico via essa nova tecnologia, o que como argumentarei, surge mais tarde e articulado à demanda de pessoas que ao que a conjuntura descrita acima indica eram interpelados pelos discursos sobre os vícios altamente visualizados na mídia do período.

Com a disponibilização do e-mail institucional pelo site do Núcleo, a partir de 1999, as pessoas começaram a escrever solicitando ajuda psicológica, consolidando –o como um dos pioneiros no Brasil a oferecer este tipo de serviço gratuito. Até o ano de 1999, em que foram recebidos os primeiros e-mails solicitando por auxílio, não havia uma regulamentação sobre este tipo de serviço promulgada pelo Conselho Federal de Psicologia, o que aconteceu apenas em 2000, tampouco uma metodologia para atendimentos online. De acordo com artigos científicos do Núcleo:

Foram respondidos os primeiros pedidos utilizando aquela que parecia ser a melhor forma: de maneira geral, era oferecido o encaminhamento que parecia ser o mais viável e/ou acessível ao pedido em pauta, na maioria das vezes, oferecendo ao remetente os recursos disponíveis na clínica. Quando os pedidos vinham de outros Estados ou cidades, a orientação era dada no sentido de que as pessoas procurassem uma ajuda psicológica presencial na Clínica-escola ou instituição assistencial mais próximo do seu local de origem. (FORTIM; CONSENTINO, p.166).

As primeiras orientações por e-mail efetuadas pelo Núcleo ainda não tinham o objetivo de atuar de forma a promover apoio emocional pela internet, mas de auxiliar quem procurava por este tipo de auxílio à ir em busca de clínicas próximas de seus locais de moradia ou divulgando os recursos disponíveis da própria clínica em São Paulo. Contudo, o crescimento do número de e-mails recebidos, chegando a mais de 400 por ano, motivou o núcleo a discutir a formatação de como acolher essa demanda. Naquela conjuntura de emergência da internet comercial no Brasil constava o levantamento de questões para os profissionais da área de psicologia referentes aos perigos sociais que poderia acarretar, gerando – nesses discursos – mudanças comportamentais e subjetivas a partir das tecnologias e, principalmente inserindo um debate sobre as novas configurações suscitadas diante do atendimento terapêutico.

Nesse aspecto, algumas questões que relacionavam psicologia com informática surgiam: os usos da internet poderiam se tornar uma ameaça social por impactarem na construção de subjetividades, se tornando patológicos? A internet seria um novo canal de comunicação para a clínica psicológica? Diante disso, a proposta do NPPI foi começar a investigar os impactos

dos usos da internet na subjetividade e posteriormente, conforme a solicitação por atendimento chegava, desenvolviam um serviço de orientação psicológica via e-mail. Durante a realização da pesquisa pude ter acesso não propriamente aos atendimentos realizados, mas a maneira como concebem-no através da internet e como desenvolveram um método para isso. A análise desse quadro pelo ponto de vista profissional é determinante na compreensão do apoio emocional pelas mídias digitais, particularmente para contrastá-la com outras que dissociam o apoio da mediação de psicólogos e psicólogas.

Segundo Dunker (2011, p. 21), o surgimento da clínica moderna descende do cirurgião barbeiro, do médico de família ou do profissional liberal, “cujo habitat natural é o consultório e antes disso, a casa ou a rua, não o hospital ou a universidade.” A partir do desenvolvimento da clínica moderna, em fins do século XVIII incorpora-se uma nova forma de racionalidade, definindo o clínico como “[...] um leitor de signos que formam um campo de semiologia e organizam uma diagnóstica de forma a justificar as escolas de tratamento (a terapêutica)”. A trajetória de Freud como clínico que interpretou a passagem da neuropatologia à psicoterapia através da introdução da história de sofrimento do paciente foi fundamental para definir o que seria propriamente um método psicanalítico. Ainda assim, a definição do que vem a ser psicoterapia hoje é objeto de confusa classificação, seja pela orientação teórica, por seus fins ou até mesmo por sua eficácia. Se essa definição é complicada do ponto de vista em que se questiona sua eficácia, como isso se dá no âmbito da internet, que revela a possibilidade de ser um dos “habitats” de clínicos psicológicos? Levando-se em conta que as psicoterapias são baseadas na influência entre paciente e terapeuta, cujo método se constitui através da palavra e a técnica através do olhar, voz e semblante do clínico (DUNKER, 2011), o que se modifica quando a clínica vai para a internet? De que maneira são formuladas as orientações através do e-mail? A internet tem a capacidade de permitir que as pessoas troquem o auxílio de especialista por outras formas de busca de apoio psicológico e emocional? Nesse caso, como garantir a expertise psicológica? Como fica a relação terapêutica através da internet?

O primeiro programa com finalidades terapêuticas que também oferecia companhia foi o ELIZA, em meados dos anos 1960. Segundo Turkle (2001, p. 23), esse era um programa pelo qual se engajavam diálogos no estilo de uma psicoterapia. Se um usuário digitasse “minha mãe está me deixando irritado”, o programa poderia responder “me diga mais sobre isso” e incitar o diálogo. Embora não tivesse condições de elaborar análises sobre o que as pessoas narravam, ELIZA foi criado em 1966 no Instituto de Tecnologia de Massachusetts - MIT e usava as primeiras técnicas de inteligência artificial desenvolvidas para interagir com

as pessoas. O exemplo desse programa é relevante, pois se trata de verificar como as relações entre pessoas e tecnologias adquirem caráter emocional, principalmente no que se refere à capacidade de que estas possam ir ao encontro das demandas emocionais de companhia, diálogo e cuidado, conforme tratado por Turkle (2011), ao se referir à robótica e às mídias digitais especialmente. Essas últimas evidenciam mais claramente o modo como os usos das mídias digitais têm se configurado como uma forma de estar em companhia com os outros e esperando que as demandas emocionais sejam supridas. Porém, não apenas isso, como também é pelas mídias digitais que se configuram estilos emocionais pelos quais as emoções adquirem sentidos e são experienciadas no âmbito em que são, também, compartilhadas (TURKLE, 2011, p. 175).

A orientação psicológica efetuada pelo NPPI se deu no início através de e-mails e atualmente mantém essa plataforma como mediadora das interações, através das quais são realizadas duas modalidades de apoio:

Orientação Psicológica (sobre temas gerais)

O NPPI oferece aos internautas um serviço de orientação via e-mail cujo objetivo é fornecer um encaminhamento focado no problema apresentado nas mensagens que nos chegam. Esse atendimento não tem o propósito de realizar psicoterapia pelos meios virtuais, mas, sim, oferecer uma orientação psicológica breve e pontual, que não ultrapasse o número de mensagens necessárias ao tratamento do tema central contido na solicitação recebida. Normalmente esse número é de uma a três trocas de mensagens, podendo eventualmente ser estendido por até oito trocas, de acordo com a análise feita segundo critérios internos da equipe. As respostas são enviadas dentro do prazo mais breve possível, e todos os e-mails recebidos são respondidos. No entanto, devido à grande demanda, pedimos a compreensão daqueles que nos escrevem caso ocorra alguma demora no atendimento das suas solicitações.

Orientação sobre “Vício” (sobre usos compulsivos de Internet)

O NPPI oferece ainda outra modalidade de orientação psicológica via e-mail, especialmente dirigida às pessoas que apresentam dificuldades geradas pelos usos compulsivos ou excêntricos dos computadores caracterizadas como dependência (popularmente conhecidas

como 'vício'). Esta orientação, também realizada via e-mail, é focada no problema apresentado mediante trocas de até oito e-mails³⁸.

Quanto ao funcionamento do serviço propriamente dito, este ocorre da seguinte forma: os usuários encaminham as mensagens para o e-mail do Núcleo, que depois de recebidos pela equipe, são discutidos formatos para determinada resposta, conforme me descreveu uma profissional:

Para cada resposta, elas são elaboradas, pensadas, discutidas. Porque a discussão, na verdade? São demandas muito diferentes do que a gente está acostumada. O que a gente tem como demanda aqui não necessariamente se encaixa no que a gente tem de demanda presencial. Então, pra se criar uma resposta que seja acolhedora ao outro, de certa forma um receptáculo para cada pergunta ou para cada discussão ou problemática, a gente se sente mais seguro se a gente fizer isso em grupo. Pra nós que estamos aqui há dez anos fica mais fácil, mas tem demandas que são muito recentes (Profissional do NPPI).

A segmentação dos serviços de orientação psicológica fornecidos pelo Núcleo são indicativos de como o apoio emocional pode ser concebido dentro de uma perspectiva que não extrapole os limites de relação terapêutica. Essa relação, que nesse âmbito pode, inclusive, ocasionar em dependência desse tipo de atendimento via internet, considerado ainda com certo receio tanto pelo Conselho Federal, quanto pelos próprios profissionais que fazem parte da instituição. Ainda, a cautela em denominar determinados tipos de usos das mídias digitais de vícios é ancorada por outra denominação que categoriza o que entendem por “usos compulsivos ou excêntricos”, o que aponta para a distinção desse tipo de concepção dos sentidos comumente classificados como vícios, já que esse tema é objeto de estudo e pesquisa por parte da psicologia, em especial, pelo Núcleo.

A temática do vício na pesquisa de campo apareceu de modo muito enfático, tanto nas entrevistas, quanto na coleta de material produzido pelo Núcleo e contida em seu site. Pelas entrevistas constatei que era decorrente na definição dos casos clínicos que permeavam a busca por apoio emocional pelo Núcleo a procura por auxílio de pessoas que relatavam dificuldades de concentração no trabalho e nas relações sociais presenciais, em detrimento do que era considerado uso excessivo da internet. Os profissionais me descreviam como o que

³⁸ Disponível em < http://www.pucsp.br/nppi/orientacao_email.html > Acesso em 17/nov/ 2014.

aparecia de maior demanda por apoio emocional era o vício em sites de bate-papos, de modo “que as pessoas ficavam a noite inteira no chat e depois tinham problemas no dia seguinte porque não dormiam, faltavam do trabalho, da escola, tinham um baixo rendimento escolar, baixo rendimento no trabalho”.

Essa demanda, inclusive permitiu ao Núcleo obter mais visibilidade na mídia através de entrevistas e textos que tratavam essa questão, como nos exemplos abaixo:

O tempo em si pode ser uma referência relativa. Vamos supor que o menino fique três horas por dia no computador. Se nesse período ele usa o Messenger, faz pesquisa para a escola, baixa uma música, isso não é negativo. Ele está fazendo um uso amplo da ferramenta, acrescentando coisas para a vida dele³⁹.

O lado sombrio ou reprimido das pessoas se libera por causa dessa sensação e não é uma coisa tão consciente assim. A condição de navegar gera um estado alterado de consciência, fazendo com que se perca a noção de tempo e espaço. É como um devaneio, um sonhar acordado, permitindo que a fantasia venha à tona. Por isso não é raro ver pessoas com dificuldades patológicas aflorarem e darem vazão a aspectos menos nobres e criativos⁴⁰.

Em outros países vemos que as pessoas são mais seletivas. Não é aconselhável expor demais sua intimidade. Quando se usa de forma correta, não há nada de errado com as redes sociais, mas hoje em dia é cada vez mais comum que pessoas se peguem vigiando outras através dos perfis⁴¹.

Nesse sentido, é necessário problematizar sobre o que se constitui como caso clínico em si, que merece ser tratado com mais profundidade. A caracterização do vício estaria associada, assim, aos usos feitos da internet, qualificando-se o que é correto e que não afete à esfera “real” da vida. Observa-se pelos trechos acima discursos sobre os usos da internet que se relacionam ao que é tido como perigoso e, por conseguinte, revela um potencial patológico. A internet teria a capacidade de revelar “o lado sombrio ou reprimido” das pessoas e “alterar

³⁹ Disponível em < <http://www.old.pernambuco.com/ultimas/nota.asp?materia=20100723113639&assunto=42&onde=Brasil>> Acesso em 19/ou./2013.

⁴⁰ Disponível em < <http://mulher.uol.com.br/comportamento/noticias/redacao/2011/05/26/manifestacoes-racistas-e-homofobicas-na-internet-podem-sofrer-punicoes-legais.htm>> Acesso em 19/ou./2013.

⁴¹ Disponível em < <http://delas.ig.com.br/comportamento/vigiar-perfis-em-redes-sociais-pode-virar-vicio/n1597088409881.html>> Acesso em 19/ou./2013.

os estados de consciência” por se tratar de uma esfera concebida nos discursos das entrevistadas e entrevistados como à parte da que consideram como real. Nos contatos que tive era comum notar como a referência a autores que trabalham a perspectiva do ciberespaço para analisar os usos da internet era recorrente para definir as experiências online, revelando como o engajamento nessas esferas é tido como destoante e paralelo ao que é considerado de “vida real”.

Ademais, o vício, enquanto um tipo de patologia nesse discurso gera pacientes para o Núcleo e ainda colabora para a legitimação da psicologia em elaborar moralidades sobre os usos das mídias digitais, na medida em que oferece parâmetros de avaliação sobre o que deve ser considerado como perigoso e que justificaria intervenção psicológica. Essa patologização demonstra estar associada aos conteúdos acessados, e a partir dos quais é possível observar que a grande questão não está relacionada ao vício como algo neutro que possui os mesmos critérios para qualquer uso, pois como destaca-se acima, se um garoto permanece em um programa de troca de mensagens, baixa músicas ou faz pesquisas escolares, o modo como está utilizando a internet é visto como aceitável e, por isso, não digno de preocupação ou tratamento psicológico. Dessa forma, é possível questionar como são definidos pelos profissionais da área de psicologia os níveis do saudável e do patológico no que tange aos usos das mídias digitais e nessa acepção como é definido a relação terapêutica para tratar desse tipo de caso clínico, como definido nesses termos. Com o andamento das atividades de orientação psicológica do Núcleo em consonância com os discursos midiáticos sobre os vícios, bem como a necessidade do campo da psicologia de refletir sobre esse contexto e as transformações subjetivas ocasionadas pelos usos da internet, as metodologias de orientação psicológica foram aperfeiçoadas, conforme relatado abaixo:

O nosso serviço aqui foi evoluindo em função da demanda, quer dizer, a gente foi formatando os trabalhos de acordo com o tipo de demanda que foi chegando. A gente sempre procurou se ater a resolução, obviamente pra não criar problema ético, nem pedagógico, por ser uma clínica-escola, a gente tem sempre que procurar manter esses cuidados. Mas, conforme as demandas foram variando, então, por exemplo, a orientação inicial que a gente chama de geral ou focada como diz a resolução, ela é bem breve, pontual, focada no tema da demanda e dura de uma, duas a três trocas no máximo de e-mail, mas alguns casos passaram a exigir alguns cuidados diferentes, atenção diferentes, o primeiro deles foi aquilo que se chama

vulgarmente, o que se chama popularmente de vício ou o uso compulsivo (Profissional do NPPI).

Atentar para os elementos sociais embutidos na análise dos usos das mídias digitais que os qualificam enquanto vícios ou patologias permite, portanto, verificar em um contexto maior como a recepção da tecnologia está intensamente articulada à resistência de que estas possam corromper um tipo de sociabilidade considerada como legítima que se baseia no contato presencial entre as pessoas. Nicolaci-da-Costa (2002b, p. 33) indica, portanto, que “inovações tecnológicas que acarretam impactos profundos nos nossos modos de viver e de ser, embora frutos da curiosidade e da criatividade humanas, geram muito medo”. Para contribuir a essa linha de pensamento, é preciso destacar também a análise de Turkle (2011) em que a autora pondera as perspectivas que consideram apenas os usos das mídias digitais a partir de medos e possíveis patologias. Ao contrário de refletir apenas sob esse ponto de vista, os usos são considerados por Turkle a partir dos investimentos emocionais presentes nos universos online que, antes de serem indicativos de que deve existir uma separação entre o que é considerado como vida real e vida virtual, são sintomas de que estamos cada vez mais conectados e solicitando que a tecnologia preencha nossas vulnerabilidades sociais. Segundo suas palavras:

A tecnologia, por ela própria, não causa este novo tipo de relação com as emoções e outras pessoas. Mas faz isso ser mais fácil. Ao longo do tempo um novo estilo de estar com os outros se tornou socialmente sancionado. Em toda era, certos tipos de se relacionar vieram a ser naturais. No nosso tempo, se nós podemos estar continuamente em contato, necessitando de estar continuamente em contato não parece um problema ou uma patologia, mas uma acomodação para o que a tecnologia proporciona. Isto se torna a norma. (TURKLE, 2011, p. 177).

Verifica-se a partir da pesquisa como o processo de desenvolvimento e consolidação do Núcleo se deu concomitantemente aos discursos midiáticos sobre o vício em momento de expansão da internet no Brasil de modo a chegar a cuidados de atendimentos específicos no que se refere a essa demanda. Em outras palavras, a partir dessa explanação observa-se como o percurso em torno do apoio emocional profissionalizado definido por orientação psicológica se constituiu de modo a garantir reconhecimento da psicologia no que se refere às moralidades dos usos das mídias digitais. Portanto, em consonância a autorização da orientação psicológica por e-mail apenas com finalidade de pesquisa, promulgada

inicialmente pelo Conselho Federal de Psicologia, as demandas de orientação que chegavam, denominadas de usos excessivos da internet se tornaram objeto de estudo e análise do Núcleo, de maneira que atualmente se dedicam a pesquisar formas de atendimento que visem ampliar a relação de apoio emocional dos profissionais, como ilustrado pelo depoimento abaixo:

O que a equipe enquanto equipe se dedica mais é o trabalho do atendimento. A pesquisa mais no sentido empírico. Pesquisar na prática novas formas de atendimento. Então a gente começou com aquele atendimento mais geral, que você deve ter ouvido falar na época. As mensagens que iam chegando, diante das quais a gente não sabia o que fazer, mais aos poucos a gente foi desenvolvendo uma metodologia pra trabalhar com esse material. Procuramos desenvolver uma forma que fosse a mais adequada possível pra atender essa demanda usando esse canal, até por que não existia nenhuma experiência prévia né. Nem aqui, nem fora daqui, praticamente. Mas posteriormente começaram a surgir algumas demandas mais específicas. Então, um exemplo, os casos de usos compulsivos de tecnologia, os chamados vícios. Uma data marcante foi em 2006, período em que a gente decidiu oferecer um atendimento específico para essas pessoas. Essas que buscavam esse tipo de ajuda, de diferentes formas, algumas vezes é o uso abusivo de games, outras vezes em sexo virtual, conforme a época...houve a fase do Orkut, a fase da sala de bate papo. Atualmente são as redes sociais, mas enfim, usos compulsivos ou usos abusivos. Que atendimento prestar para essas pessoas? A gente desenvolveu uma forma específica para esses casos. Atualmente a gente tem tido outra demanda que é principalmente de pessoas que estão pedindo ajuda, e elas estão em alguma condição que dificulta muito ou impede que elas cheguem no atendimento presencial. Por exemplo, brasileiros no exterior ou mesmo brasileiros que moram em alguma região do país em que não existe atendimento psicológico. Então pra essas pessoas a gente tem oferecido uma forma de orientação que a gente chama de orientação estendida, por que isso está acontecendo também em paralelo com as resoluções do conselho federal de psicologia. Por que no início a resolução que vigorava era bem restritiva. Atualmente, eu não sei se você soube, mas a partir desse ano houve reformulação com a resolução que reconhece, por exemplo, até 20 trocas numa orientação. Então isso já dá uma flexibilidade maior pra esse tipo de trabalho. É diferente você trocar um ou dois e-mails com alguém, com uma orientação muito pontual e você poder trocar dez, vinte semanas de comunicação. Uma vez por semana uma troca de e-mails. Isso as vezes fica mais tempo do que um convênio aceita de psicoterapia convencional. Quando a pessoa busca um

atendimento psicológico por convênio. Então quando você pergunta se a gente tem se dedicado à pesquisa. Nossa pesquisa tem sido mais nessa direção: pesquisar formas práticas de atender a essa população. (Profissional do NPPI).

No meu campo de pesquisa, observar aspectos relacionados aos temores quanto às tecnologias permite situar o contexto em que o apoio emocional foi avançando no que tange à área profissional. Resta perguntar o que tais temores significam em determinados períodos. O ano de 2006 aparece como uma referência sobre as solicitações por apoio emocional pelo Núcleo, suscitando pesquisas sobre formas e metodologias de atendimento, em particular, no que se refere aos vícios. De acordo com pesquisas feitas pelo Ibope e CETIC - Centro de Estudos sobre as Tecnologias da informação e da comunicação, órgão vinculado ao Comitê Gestor de Internet no Brasil ⁴² os usos da internet naquele período levantavam um aumento considerável em relação à anos anteriores, porém ainda se limitavam às classes altas e escolarizadas, únicas que acessavam pelos computadores em casa. Essa conjuntura levantava discussões a respeito de inclusão digital no Brasil, com vistas a ampliar o acesso à internet e, inclusive, fomentou a criação de programas Nacionais de Inclusão Digital e instituições de pesquisa do governo com a finalidade de investigarem e produzirem indicadores sobre disponibilidade e acesso da internet, como o próprio CETIC- criado em 2006. Os projetos mais importantes foram o Casa Brasil⁴³ de 2003 e o PC Conectado⁴⁴ de 2005 que visavam respectivamente a construção de telecentros em lugares públicos de acesso à internet e computador e à planos de compra de computadores desktops com direito a programas especiais de conexão discada.

Todavia, após o lançamento desses projetos, pesquisas apontam para a necessidade de ampliação de lugares públicos de acesso à internet, como verificado pela pesquisa realizada

⁴² De acordo com o Ibope, o total de usuários ativos de internet residencial em 2006 atingiu 14,5 milhões de pessoas. Dados disponíveis em <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/IBOPE__NetRatings%20divulga%20dados%20sobre%20o%20uso%20crescente%20da%20Internet.aspx>. Acesso em 18/ nov./ 2014. De acordo com pesquisa realizada pelo CGI, somente 27,8% de pessoas poderiam ser consideradas usuários, ou seja, acessaram a internet entre três meses. O uso da internet cresceu nesse momento conforme aumenta a classe social, o nível de instrução e a renda do usuário. O uso da internet na classe A chegou a 95%, enquanto na classe DE foi de somente 12,2%. Em relação ao grau de instrução, 87% das pessoas com nível superior utilizaram a internet enquanto apenas 5,6% de analfabetos ou pessoas com baixa escolaridade eram usuárias. Dados disponíveis em < <http://www.cgi.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-da-informacao-e-da-comunicacao-no-brasil-2006/>>. Acesso em 18/nov/2014.

⁴³ Mais informações sobre o Casa Brasil acessar: <http://www4.serpro.gov.br/noticias-antigas/noticias-2005-1/20050314_01> e <http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/biblius/pub/maria_fatima_casa_brasil.pdf> Acesso em 19/nov./2014.

⁴⁴ Mais informações sobre o PC Conectado acessar : <http://www.softwarelivre.gov.br/noticias/News_Item.2005-03-29.2402> Acesso me 19/ nov./2014.

para detectar os usos de Tecnologias de Informação e Comunicação pelos órgãos supracitados:

as políticas públicas de inclusão digital precisam ser diferenciadas: políticas de uso voltadas para pessoas de menor renda, através de centros públicos de acesso - pagos ou gratuitos - parecem mais eficazes que políticas de posse, uma vez que o custo para a aquisição dessas tecnologias ainda é muito elevado para o poder aquisitivo das camadas mais pobres da população. (CETIC, 2006, p. 24).

Nesse momento de incitação a projetos de inclusão digital associados com o crescimento do acesso à internet, mesmo que ainda restrito, a demanda de atendimento por conta dos vícios pelo NPPI aponta para discursos normalizadores à respeito dos usos das mídias digitais, mais intensamente sobre a internet. Esses discursos, provavelmente advindos da recepção da internet no Brasil, marcada pelo pânico disseminado pela mídia, conforme destacado por Nicolaci-da-Costa (2002b), revelam estar relacionados a determinados usos que são feitos das mídias digitais. Nos depoimentos dos profissionais fica evidente como no início das atividades do Núcleo, apareciam solicitações de apoio relacionadas aos usos excessivos de salas de bate papo que iniciaram suas atividades no Brasil em meados dos anos 1990, passando depois à rede social Orkut e depois às outras redes sociais difundidas posteriormente em momentos de disseminação do acesso a internet para as classes populares.

Assim, os pânicos morais em torno dos usos da internet aventam para elementos que se articulam intensamente sobre quais usos são alvo de temores e, sobretudo, a quais sujeitos estão relacionados. As salas de bate papo ganharam destaque no Brasil, particularmente as que se centravam em temas como sexo, se tornando mediadora para encontros sexuais, principalmente entre pessoas do mesmo sexo⁴⁵. Enquanto que posteriormente, de modo mais acentuado nos anos 2000, particularmente nos últimos anos após implementação de políticas públicas de diminuição do preço de tecnologias de comunicação, como celulares, computadores e smartphones, os usos das mídias digitais começou a se acentuar também entre as classes populares que obtiveram acesso à banda larga de casa. Diante disso, verifica-se que a recepção das mídias digitais no Brasil esteve imbrincada por dois momentos de pânicos morais em dois momentos distintos que fundamentaram as demandas por atendimento psicológico relacionado aos vícios: um associado a introdução da internet no Brasil, destacado pela recepção negativa da mídia e meados dos anos 1990 com os usos das salas de bate papo, principalmente com a finalidade de procura de parceiros sexuais, em especial do mesmo sexo;

⁴⁵ A esse respeito, ver Miskolci (2010).

e num segundo momento, de implementação de políticas de inclusão digital com vistas a aumentar o acesso das classes populares às mídias digitais, fundamentando, sobretudo, propostas de atendimento que atendam pessoas que não possuam convênios psicológicos privados. Esse contexto se revelou pela análise do material midiático do Núcleo e sua trajetória de consolidação no campo da psicologia como marcaram os discursos dessa área quanto ao atendimento terapêutico e, em última instância se traduziram em moralidades específicas que regulam os limites entre o patológico e o normal. A partir disso, constata-se que os sujeitos que buscam por apoio referente aos vícios podem estar em processo de interpelação pelos discursos de temor das mídias digitais ainda presentes em algumas instâncias sociais e no limite, o Núcleo fornece apoio emocional que lhes subjete para fazerem usos adequados.

Além da questão dos vícios, foi recorrente no campo outros elementos classificados como um caso clínico e recorrente nos e-mails recebidos. Tratam-se do que denominam como bizarrices, relacionadas à práticas sexuais, casos de pessoas com problemas de mobilidade para se dirigirem até consultórios presenciais, assim como pessoas que vivem no exterior e têm dificuldade de procurarem por ajuda no país em que estão residindo, como relatado pelos depoimentos abaixo:

Modalidades de sexualidade pouco convencionais ou questões que envolvem dificuldades extremas de contato fora do virtual. Pessoas que às vezes relatam que teriam muito constrangimento em se colocar diante de um profissional face a face diante do tipo de queixa que elas precisam expor. Muitas vezes envolvendo sexualidade. Exemplo clássico: uma moça com obesidade mórbida e síndrome do pânico que não conseguia chegar no posto de saúde. O que nós vamos dizer pra ela: procure um posto de saúde? Então, qual era o objetivo nesse caso? Era trabalhar com ela a ponto dela conseguir chegar no atendimento presencial. Ou então: brasileiros em apuros no exterior, sem grana, com problema de idioma, com problema de adaptação cultural, o que fazer? “Procura um terapeuta aí?”. Aliás, alguns já disseram, já procurei terapia aqui e não consegui me adequar, me ajudem (Profissional do Núcleo).

A explicação sobre a procura por ajuda de pessoas que apresentam-se a partir do que os profissionais do NPPI denominam como modalidades sexuais pouco convencionais assinala que havia um limite encarado com muita dificuldade na clínica face a face e que a internet permitiu uma exposição maior da intimidade e dos desejos. Nessa perspectiva, situa-se a

contribuição do trabalho de Daniela Araújo (2004, p. 107), que, por sua vez, observa como a internet se

Mostrou terreno fértil no caso específico de transtornos alimentares, principalmente por abrir espaços para o pronunciamento, o debate e o questionamento por parte daquelas pessoas cuja autoridade de falar sobre os transtornos alimentares era pouco reconhecida: aquelas que sofrem com tais perturbações.

A rede também foi fundamental para pessoas que se interessam afetiva e sexualmente pelo mesmo sexo se constituírem enquanto sujeitos homossexuais, conforme constatado pela pesquisa de Zago (2009; 2013), bem como procurarem por parceiros para estabelecerem relações em segredo, uma vez que, de acordo com a pesquisa de Miskolci (2013, p.302) “para pessoas que jamais quiseram (ou puderam) se expor de forma a frequentar algum local claramente gay, a web criou a possibilidade de criarem redes de relações.”

Neste cenário, é comum a busca por orientações permeadas pelo anonimato, haja vista que a internet, diferente do consultório presencial, em que há o contato face a face traz aos usuários uma facilidade maior de se expressarem sem a necessidade de identificação, o que faz com que não haja por parte do Núcleo a solicitação de dados das pessoas que procuram por ajuda, configurando como difícil declarar com exatidão um perfil de usuários/as de acordo com gênero, sexualidade, raça, geração, etc. Esse posicionamento leva a um foco maior em cada narrativa relatada.

Um dos fatores importantes para essa população é o sigilo e a privacidade e também de nada adianta a gente perguntar por que nada garante que o que ela está dizendo é a verdade ou não. Que era nosso questionamento inicial. Diante do grau de exposição da pessoa, a gente se perguntava: será que é verdade? Será que não é o Conselho Federal de Psicologia querendo saber o que a gente faz? Sabe, a paranoia vai né. E a gente discutiu o seguinte: quando entra um cliente no consultório, a gente não vai atrás pra saber se o que ele diz é verdade ou não. Você toma como verdade o que ele traz. Se ele traz um sofrimento a gente acolhe e procura fazer o melhor possível, porque a gente vai fazer diferente nesse outro espaço, nesse outro ambiente? E mais, com esse outro personagem, mesmo com o presencial, você não vai botar um detetive pra ver se o RG é verdadeiro, se o documento é falso ou não. Você parte do princípio de que quem está ali está sendo honesto com você. Aqui também. E de pouco adiantaria a gente tentar checar. Esse é um dos questionamentos que a gente pensa: “Mas como você vai atender alguém que você não sabe quem é?” da mesma maneira que eu

não sei quem é que marca horário comigo, vou saber na hora. Claro, você vai tomar alguns cuidados no presencial, você não vai marcar com um cliente sozinha às onze da noite no consultório. Mas isso você faria em outras circunstâncias e também correria o mesmo risco. Então a gente parou de se preocupar com isso e principalmente, acrescentando os dados, esses primeiros internautas abriam muito essa questão: “olha, eu estou escrevendo pra vocês”, deixavam claro que eram o canal que estavam escolhendo justamente porque ele se sentia mais protegido, eles se sentiriam mais à vontade aqui e não procurariam o presencial, pelo menos não naquela etapa do processo deles. Então pra quê que a gente vai insistir? Pra assustar e o fulano ir embora?! Ou pra desestimulá-lo? Sendo que ele estava precisando de ajuda?! Falar: “Não, você vai precisar dar o endereço e mandar foto?!” (Profissional do Núcleo).

Diante disso, o anonimato é um dos fatores que determina muitas vezes a procura pela terapia online por e-mail ao invés da presencial, pois além de possibilitar a auto-revelação mais acentuada, permite que as marcas da diferença sejam visibilizadas ou não de acordo com o modo como a pessoa se textualiza na rede. Logo, o atendimento online se apresenta como uma alternativa perante problemas considerados difíceis de revelar face a face, na medida em que transmite o controle do processo para o sujeito que está sendo analisado, conforme declarado abaixo por duas psicólogas do NPPI:

Quando você vai conhecer alguém presencialmente no consultório, você até conta lá dentro o que acontece com você que são mais difíceis, mas você leva um tempão, porque você precisa conhecer, se sentir confortável. Na internet tem uma coisa muito rápida. Tipo uma pessoa que se sente protegida por não estar ali, por não mostrar o rosto, por saber que ela tem o controle total, de poder ter um e-mail que não é verdadeiro pra entrar em contato, que ela não vai precisar se mostrar.

Na verdade você tem uma tela que te tampa. É como se você tivesse alguma coisa entre você e o outro. E também você tem o controle. Você desliga quando você quer e não ter o olhar do outro faz com que você sinta que não está sendo julgado, por exemplo, quando você está na internet é você com você mesmo, você coloca tudo aquilo que você quer, não necessariamente de acordo com o que o outro está pensando. Essa possibilidade de colocar as coisas numa velocidade única facilita muito que você fale de coisas pessoais que são mais difíceis, até

porque a resposta você tem mais tempo pra elaborar. Eu escrevo o que eu quero, quem está do outro lado vai ler, eu vou ler e vou ter tempo de pensar em tudo aquilo e pensar pra responder. É diferente de uma conversa face a face que você não tem esse gap, time pra você pensar e responder.

As afirmações acima vão ao encontro ao que Turkle (2011) descreve como componente fundamental que estabelece as relações mediadas digitalmente. A sensação de controle pode ser interpretada primeiramente pelo aspecto emocional, possibilitando que a comunicação seja feita de modo editado, reflexivo e racionalizado. Conseqüentemente, as relações mediadas digitalmente ampliam as chances de se esconder dos limites insuficientes de envolvimento colocados no âmbito das relações face a face ou até mesmo por telefone. Isso faz com que o ato da confissão tenha como premissa a noção de que se pode lidar com sentimentos sem necessariamente lidar com uma pessoa. Ou seja:

A confissão on-line mantém você em movimento. Você fez o seu trabalho. Você colocou a sua história para fora. Você está pronto para suas respostas. Nós não precisamos da invenção de sites de confissão para nos manter ocupados com as formas de exteriorizar os nossos problemas em vez de olhar para eles. Mas entre todas as suas bênçãos, aqui a internet nos deu uma nova maneira de não pensar. (TURKLE, 2011, p. 240).

O modo como se conduz a orientação psicológica, nesses termos, passa a depender da disposição e do tempo do paciente em escrever, responder e ler a análise feita pelo terapeuta, o que difere primordialmente da terapia presencial, cuja sessão é marcada e está sob o controle do terapeuta em um ambiente de seu domínio. Na terapia online, o paciente está sob controle do atendimento, pois geralmente está em casa, local que muitas vezes possibilita maior abertura, por talvez ser, inclusive, o foco de suas motivações por procurar a terapia.

Nesse sentido, a investigação sobre o desenvolvimento e consolidação do NPPI desnudou dois aspectos sobre o apoio emocional nesse universo de pesquisa: um que se refere aos contextos em que a orientação psicológica foi se degradingando em meio a embates profissionais junto ao Conselho Federal de Psicologia e, particularmente mais destacado nessa pesquisa, aos discursos sobre os usos das mídias digitais, os qualificando como inapropriados e compulsivos. De outro lado, embora não tenha tido acesso direto aos sujeitos que buscam por esse tipo de apoio, pelos elementos sinalizados nas entrevistas e nas análises do contexto como um todo, se tratam de sujeitos interpelados pelos discursos sobre as mídias digitais, e alocados a posições em que os constata enquanto patologias ou de acordo com suas práticas sexuais. Esse cenário, que ainda merece mais investigações, sublinha moralidades dos usos

das mídias digitais e do próprio diagnóstico dos sujeitos que procuram por apoio nessas instâncias, de modo que esses elementos juntos colaboram para a manutenção do funcionamento do Núcleo, com vistas a fornecer orientação e se legitimar profissionalmente nessas disputas.

Terapia online e ressignificação do apoio emocional

A reflexão sobre a terapia online no Brasil ainda encontra resistência de alguns profissionais que não aceitam a subversão das formas de tratamento convencionais. O Conselho Federal de Psicologia do Brasil promulgou três resoluções que autorizam serviços psicológicos por meio de internet⁴⁶. A mais recente, de junho de 2012, regulamenta os serviços psicológicos realizados através de computadores para os seguintes casos:

- I. As Orientações Psicológicas de diferentes tipos, entendendo-se por orientação o atendimento realizado em até 20 encontros ou contatos virtuais, síncronos ou assíncronos;*
- II. Os processos prévios de Seleção de Pessoal;*
- III. A Aplicação de Testes devidamente regulamentados por resolução pertinente;*
- IV. A Supervisão do trabalho de psicólogos, realizada de forma eventual ou complementar ao processo de sua formação profissional presencial;*
- V. O Atendimento Eventual de clientes em trânsito e/ou de clientes que momentaneamente se encontrem impossibilitados de comparecer ao atendimento presencial⁴⁷.*

O atendimento continua a ser permitido, contudo, em caráter exclusivamente experimental, garantindo as seguintes condições decretadas pela Resolução:

- I - Apresentar certificado de aprovação do protocolo em Comitê de Ética em Pesquisa, conforme os critérios do Conselho Nacional de Saúde do Ministério da saúde.*

⁴⁶ Na Resolução anterior, nº 12/2005, era permitida a realização de serviços psicológicos mediados pelo computador, sem ser necessariamente definido como prática psicoterápica, mas como orientação psicológica e afetivo-sexual, orientação profissional, de aprendizagem e Psicologia escolar, orientação ergonômica, consultorias a empresas, reabilitação cognitiva, ideomotora e comunicativa, processos prévios de seleção de pessoal, utilização de testes psicológicos informatizados.

⁴⁷ Informações obtidas pela Resolução CFP nº 011/2012.

II – Respeitar o Código de Ética Profissional da (o) psicóloga (o);

III– É vedado ao participante pesquisado, individual ou coletivamente, receber.

Qualquer forma de remuneração ou pagamento;

IV- A (o) psicóloga (o) deve se comprometer a especificar quais são os recursos tecnológicos utilizados no seu trabalho e buscar garantir o sigilo das informações;

V - As informações acima citadas deverão constar de forma visível e com fácil acesso no site que realiza a pesquisa.

Por outro lado, além do NPPI, alguns profissionais, credenciados no conselho federal já experimentam esta alternativa. Acatando as normas da regulamentação para esse tipo de serviço, os profissionais precisam solicitar junto ao Conselho Federal de Psicologia, cadastramento de site exclusivo para atendimento psicológico com registro de domínio próprio mantido no Brasil. De acordo com informações obtidas pelo site do Conselho Federal de Psicologia, existem 224 sites credenciados no Brasil para oferecerem orientação psicológica, contendo cerca de 20 novos pedidos de credenciamento por mês. Cada sessão custa entre 40 a 80 reais por cinquenta minutos de duração e deve ser realizada via comunicador instantâneo, sendo vedada a utilização de blog ou telefone; e para obter informações por e-mail o valor gira em torno de 25 a 30 reais.

É o caso do site Psicolink - <http://www.psicolink.com.br/>, coordenado pela psicóloga Milene Rosenthal. Obtive contato com este site através de pesquisas realizadas na internet sobre sites que ofereciam terapia online e no momento de construção do campo de pesquisa, o site psicolink despontou como um dos mais presentes em propagandas sobre terapia online na internet, além de ser mencionado em algumas conversas que tive com os profissionais do NPPI. Realizei algumas entrevistas pelo *Skype* com as profissionais que trabalham através do site e com a coordenadora do psicolink que problematizou as posições sobre o atendimento online:

Não tem mais como falar em certo ou errado. “É certo atender pela internet?” Uma hora ou outra, mesmo quando a pessoa é atendida no consultório presencial, ela vai ter que mandar um e-mail. Uma hora ou outra o atendimento vai solicitar isso dele. Aí já pensou o psicólogo: “Eu não uso Skype”. Não existe isso!

O site conta com 40 psicólogos cadastrados e a sessão terapêutica tem o custo de 65 reais, porém nem todos os profissionais realizaram atendimento ainda. Em entrevistas realizadas com três psicólogas que compõem o Psicolink, pude perceber que a atividade profissional de terapeuta online foi procurada como uma alternativa ao atendimento que já realizam presencialmente. Ademais, as práticas de apoio emocional não vinculadas a especialistas como usos de comunidades online, bem como sites que oferecem consultórios sentimentais, aparecem em seus discursos ora como se estivessem entrando na disputa pelo mesmo público consumidor que pretendem atingir, ora como desprovidas da capacidade de auxiliar as pessoas no autoconhecimento:

Acredito que essas práticas concorram pelo fato de ser gratuito (pelo menos a maioria) e por ser autoajuda, assim as pessoas ouvem o que querem ouvir. O psicólogo fará a pessoa pensar sobre si mesma e o que se descobre nem sempre é bonito como na autoajuda. Existe dor no autoconhecimento, existe conhecimento do que se deseja deixar escondido. Essa é uma das grandes dificuldades da adesão à psicoterapia. Além, é claro, do fato de ter que pagar. O que acontece é que sabemos que autoajuda não proporciona mudança interna, assim o "problema" não é resolvido, mas sim mascarado. É fácil ler algo que possa ajudar no momento, mas a mudança não existe e logo as crises voltarão. Acordar todo dia de manhã se olhar no espelho e repetir várias vezes que é um vencedor é muito diferente de entender porque se vê como um derrotado. Talvez até reforce o fato de olhar pra fora e não pra dentro. Ainda tem o agravante do imediatismo. A mudança na psicoterapia pode ser lenta, então muitas vezes as pessoas preferem tomar uma medicação que tira o sintoma de forma muito rápida. Acredito que exista, ainda, a questão de demonstrar uma fraqueza procurando alguém que o ajude a se conhecer. Talvez por isso as pessoas procuram pela autoajuda. É uma espécie de pílula de efeito rápido, mas assim como a medicação, quando é retirada o sintoma volta, porque a causa não foi cuidada. (Adriana, psicóloga cadastrada no Psicolink).

Na minha opinião, não competem com terapeutas online, porque estes serviços são espaços para desabafos e trocas de experiências empíricas, o que poderia se assemelhar a um bate papo entre amigas, o que é muito reconfortante, pois trazem trocas de vivências, sensação de apoio e de cumplicidade; porém, a terapia on-line é outra proposta, outra coisa, não é simplesmente uma conversa, um desabafo, nem troca de conselhos, é um tratamento que traz auto-conhecimento baseado em muitos estudos, pesquisas, formações, ou seja, vc estará com

um profissional habilitado e capacitado para te auxiliar a trabalhar suas dificuldades, com o objetivo do equilíbrio e a saúde mental. (Daniela, psicóloga cadastrada no Psicolink).

Olha, essas pessoas existem no presencial também. O que a gente vai fazer? Vai proibir? Por que existe a manicure, existe o padre, existe o pastor, existe as pessoas intrometidas que também dão conselhos. Isso faz parte da natureza humana, eu acho que a internet não criou nada de tão novo, ela só reproduz aquilo que existe no mundo presencial. O que eu acho que pode ser complicado sim é se a pessoa se apresenta lá como se fosse profissional, isso sim, por que isso fere ética humana, não é nem a ética profissional, por que está enganando. Eu me lembro de que há alguns anos atrás, a gente tinha na internet um tal de vovô não sei o que, tio não sei o que. Quer dizer? A pessoa estava lá, talvez até de boa vontade. Escreva pra mim que eu te oriento. Mas ele não estava dizendo que era psicólogo, nem psicoterapeuta. Quem quiser correr o risco, corre o risco, sabendo que aquele fulano é só alguém que gosta de gente, que gosta de conversar com gente. O que eu acho complicado são pessoas que às vezes até se fazem passar por psicólogos ou por psicoterapeutas. Aí é uma fraude né. Eu acho que não é questão da gente gostar ou não gostar. Isso faz parte da realidade presencial que se transferiu pra web, se transferiu para o mundo virtual. E lá vão estar pessoas agindo de boa fé ou não, agora eu acho importante que a população seja informada e esclarecida, se quer conversar com alguém por que simplesmente é legal, simpático e de boa vontade ou se ela quer uma ajuda profissional. Acho que é uma questão da própria classe de psicólogos assumir esse espaço de uma forma correta, com menos preconceito e com mais propriedade pra informar as pessoas sobre o que é um trabalho profissional e o que é um outro tipo de ajuda que até pode ser positiva, mas que não é profissional. (Mariana, psicóloga do psicolink).

As práticas de ajuda-mútua e autoajuda efetuadas a partir das mídias digitais são consideradas, portanto como distintas perante a orientação psicológica justamente por não apresentarem a mediação de um especialista, considerado como único capaz de fornecer elementos para promover o autoconhecimento para além do caráter efêmero e pontual que essas práticas, assim como os usos de medicamentos propiciam. Estar com um profissional capacitado e habilitado a avaliar e fornecer apoio emocional, na concepção dessas psicólogas, é elemento que distingue a atuação de um psicólogo nesse processo, do que consideram trocas de experiências, desabafos pelas mídias digitais. Em comparação também com remédios que

atuam em problemas psicológicos, percebe-se que as outras formas de apoio emocional podem ocasionar situações em que ocorram dependências, de modo que após a perda de contato com esses outros tipos de apoio, o sujeito esteja propenso a se manter cada vez mais preso a esses tipos de sociabilidade, construídas a partir das mídias. Nesse discurso, a necessidade dos psicólogos adentrarem nas mídias digitais e oferecerem apoio emocional surge como uma ponderação dessas atividades efetuadas por outros sujeitos, bem como assinala um debate que esse campo profissional adquire na constituição mais efetiva de seu domínio enquanto provedor de apoio emocional pelas mídias digitais, sobretudo para públicos que não tenham acesso à terapia privada e presencial, como é a proposta do NPPI.

Em suma, na concepção das entrevistadas, apenas a partir de orientação profissional, as possibilidades efetivas de se obter apoio podem ser adquiridas e, particularmente, se revela uma aposta do atendimento online, que se trata de justamente tirar o foco das pessoas dos universos online:

Penso que a tendência da terapia online é aumentar. Para muitos devido a uma timidez, mas acredito que o poder da indústria farmacêutica está caindo um pouco, uma vez que o foco está voltando para os tratamentos alternativos. Penso que o valor contribuirá bastante, mas principalmente a necessidade das pessoas, por se sentirem cada vez mais sobrecarregadas pelo trabalho, cobranças em ter que ser cada vez melhores e principalmente pela solidão das pessoas, ocasionada por toda essa correria do dia-a-dia. As pessoas sentem necessidade de se sentir melhor. Quem vive excessivamente a vida online, também sente a solidão, apesar de terem muitos amigos nas redes sociais. A queixa da dificuldade de se relacionar na vida off line tem aumentado muito. Tenho percebido que as pessoas não sabem mais se relacionarem na "vida real". Muitos relatam conversar muito pelo bate-papo, mas não conseguem marcar um encontro em um bar, por exemplo. As pessoas não conseguem ficar com elas mesmas... o fazer nada, a possibilidade de entrar em contato com esse "vazio" da internet é muito angustiante. Acho que é importante pensar que a orientação psicológica online deve trabalhar isso nas pessoas, que apesar dessa ajuda ser online, não deve incentivar essa vida fechada nas telas, mas deve servir pra que as pessoas tomem suas vidas de maneira autêntica.

O atendimento terapêutico online aparece nesse caso, associado ao tratamento em que deve ser incentivada a saída da “vida fechada nas telas”, e conseqüentemente, a maior

relevância do que é chamado de “vida real”, sob a justificativa de acarretar em estados de solidão. Entretanto, os universos empíricos dessa pesquisa, assim como pesquisas realizadas no Brasil recentemente que tratam de usos das mídias digitais tem acentuado o caráter que elas têm assumido nas relações sociais, de modo que têm possibilitado formas de interação e constituição de relações de apoio emocional, através das quais são visualizadas mais agência dos sujeitos frente aos seus contextos sociais. As leitoras e leitores do blog *Cérebro Masculino* e do site *A Capa* demonstram como na conjuntura de suas experiências, a busca por apoio emocional pelas mídias digitais se torna importante fator de reflexão sobre suas relações afetivo/sexuais em cenários marcados pela solidão de suportar sozinhas e sozinhos os fardos emocionais para manterem-se nas relações, já que ainda não podem contar com apoio familiar ou de seus próprios parceiros. As mídias digitais lhes permite estabelecer relações para além das que já se situam em suas experiências cotidianas, em que podem construir redes de apoio que vão para além das plataformas que as uniu, conforme constatado pela pesquisa de Facioli (2013). Ademais, os relatos dos profissionais no NPPI indicam como através da internet, a exposição mais acentuada das emoções mostra o quanto as mídias digitais têm aprofundado as possibilidades de se obter apoio emocional:

São as pessoas que se expõem muito e se colocam muito disponíveis para o trabalho, pra receber ajuda, pra buscar e receber ajuda, mais até do que no consultório presencial. Você imagina, uma pessoa que está disposta a escrever para um desconhecido, abrir a sua intimidade é por que ela está realmente no sufoco né.

Os discursos sobre solidão, muito preconizados pelas psicólogas entrevistadas deve ser entendido, portanto, na medida em que possibilita que o psicólogo trace o nível correto de uso das mídias digitais, definindo o que é excessivo e que se afasta da realidade daquilo que é considerado saudável. Mais uma vez retorna o caráter tenebroso das mídias digitais, atentando para suas potencialidades de afastar as pessoas e deixá-las mais focada nas relações online e a intervenção profissional é colocada nesse discurso como um modo de enfrentamento dessas sociabilidades. Entretanto, é possível questionar se também não estaria por trás desse discurso de privilegiar aspectos que constituem as relações presenciais, um apelo à adesão da psicoterapia tradicional, mais lucrativa e ainda mais legitimada e aceita no âmbito profissional da área de psicologia. De outro lado, a argumentação de Adriana em defesa da terapia online associa as demandas de que “*As pessoas sentem necessidade de se sentir melhor*” ao que

denomina como queda do poder da indústria farmacêutica, o que tem permitido, segundo sua visão, a crescente procura por tratamentos alternativos. Deste modo, a terapia online aparece, ao menos no discurso dessas profissionais, como uma modalidade alternativa de terapia que mesmo que ainda não possua um alto público aderente, tem chances de conquistar o mercado com a inserção da tecnologia de modo mais acentuado na vida das pessoas.

No entanto, um dos aspectos levantados por algumas profissionais diz respeito a justificativa de que a baixa demanda de atendimento pelo site, se trata de uma questão de mercado associada ao que destacam como uma característica nacional: “brasileiro não está acostumado a fazer terapia⁴⁸”, ou ainda “as pessoas acreditam que fazer psicoterapia é pra quem é louco, está muito doente... e não pelo autoconhecimento⁴⁹”. Questionada sobre essas afirmações, uma profissional do NPPI refletiu sobre as possibilidades de ampliação do acesso à terapia por meio da internet:

Você vai comparar com a Argentina que onde se sabe que todo mundo faz terapia ou com americano que tem muito mais acesso. Acho que isso é relativo. Têm fatores culturais, vários fatores envolvidos aí. Mas então, eu não diria popularizar no sentido assim um pouco banalizador do termo, mas no sentido de facilitar o acesso sim. Não necessariamente por meio de sites que a pessoa vai lá e paga, eu não aposto muito nisso não. Eu acho que isso é uma ilusão. Por que muita gente acha que vai ter um serviço mais barato pela internet, eu acho isso uma mentira. O que eu acho uma coisa muito promissora é uma coisa tão de serviços subsidiado ou patrocinado por outras instituições que tornem o serviço acessível à outras pessoas. É diferente, por exemplo, alguém buscar atendimento pela internet por que acha que vai ser mais baratinho, mais prático e mais curtinho sabe. Como se fosse um fast food, isso eu acho extremamente negativo. O que eu acho um grande potencial de acesso das pessoas à serviços de qualidade, viabilizados por instituições, por entidades sérias, que tornem a psicologia mais acessível para a população [...] Eu acho um pouco ilusório essa ideia de que o jovem psicólogo vai criar um site e vai ter quinhentos clientes. Ele não vai dar conta, primeiro ele precisa ter preparo pra isso. A faculdade de psicologia profissional não prepara o psicólogo pra isso. Não basta você ser bom terapeuta presencial pra fazer um bom atendimento na internet, isso é diferente, habilidades diferentes precisam ser desenvolvidas. Na medida em que as pessoas estiverem mais conscientes delas mesmas, elas vão se interessar mais a cuidar do ponto de vista psicológico, do ponto de vista emocional. Acho que

⁴⁸ Milene, psicóloga e coordenadora do site Psicolink.

⁴⁹ Adriana, psicóloga credenciada no Psicolink.

não sei se isso é importante de ser estimulado. Na medida em que se amplia o grau de cultura da população, aumenta o interesse pelo auto-conhecimento. Na medida em que as pessoas tem mais recurso e mais acesso a cultura em geral elas vão se interessar mais em se auto-conhecerem, elaborar suas relações. Acho que não tem como forçar essa barra. Por que o Brasil tem a igreja, o pai de santo, o padre, um monte de instituição que pode acolher essa necessidade.

Popularizar a prática terapêutica por meio das mídias digitais ainda é visto enquanto algo pejorativo no sentido de definição de apoio emocional, com vistas a manter as diferenciações entre outros tipos de apoio que são preconizados nessas instâncias. Contudo, a facilitação do acesso é tida como uma possibilidade a ser trabalhada conjuntamente à instituições de pesquisa que ofereçam serviços psicológicos gratuitos, indicando conjuntamente a legitimidade do campo psi de elaborar discursos normalizadores a respeito dos usos das mídias digitais e garantindo sua atuação profissional. Ainda, esse processo se ampara também no que a entrevistada identifica como ampliação da consciência e da cultura da população, estimulando o interesse pela terapia, já que no Brasil, psicólogos competem com vários sujeitos ou grupos que disponibilizam por apoio, seja através da religião, mídia televisiva, impressa e rádio, ou grupos de ajuda-mútua. Desse modo, por trás do discurso de que brasileiro não tem o hábito de fazer terapia e que as mídias digitais poderiam ampliar essa necessidade e fomentar tal prática, situa-se a busca por legitimidade, inclusive na produção de moralidades específicas sobre os usos das mídias digitais, conforme evidenciado na análise anterior sobre o caráter patológico que os usos das mídias se caracterizam.

Além disso, vale retomar o que já foi ressaltado na introdução desta tese, a adesão à clínica terapêutica psi no Brasil foi um fenômeno que esteve associado desde sua origem à um público intelectualizado e de classes média e alta e, por volta dos anos 1970 e 1980, a cultura psicanalítica foi influenciada por culturas alternativas advindas da contracultura que propiciaram uma ampliação das práticas terapêuticas para outras vertentes psicológicas .

De acordo com a análise aqui empreendida, é possível levantar alguns questionamentos a respeito dos discursos dos profissionais sobre a terapia online, assim como das moralidades em torno dos usos das mídias digitais. No discurso dos profissionais parece haver ainda resistência quanto às práticas terapêuticas no Brasil, por serem associadas à loucura. Esse aspecto, no geral requisita uma investigação mais profunda das práticas terapêuticas no Brasil com o intuito de verificar a quais marcadores da diferença a loucura está associada no imaginário social brasileiro. Por outro lado, ao mesmo tempo em que há uma restrição

econômica e cultural ao acesso à terapia no Brasil limitado às classes médias-altas urbanas que, inclusive, possuem acesso maior à terapia presencial, esse público também tem buscado outras formas de apoio emocional através das mídias digitais que também os distingue de outras formas de apoio encontradas nas modalidades de consultórios sentimentais digitais e também quanto a terapia online, como tratarei nos capítulos subsequentes.

Nesse contexto, é possível questionar se as mídias digitais poderiam ampliar o acesso às práticas terapêuticas no Brasil, atentando para os embates profissionais e moralidades em torno do apoio emocional e definindo as disputas discursivas sobre o que pode ser considerado apropriado. Percebe-se pelas análises que o apoio emocional no âmbito profissional encontra duas resistências que se comunicam entre si: a primeira delas se trata da resistência de parcela dos próprios profissionais de psicologia em considerarem as ferramentas disponibilizadas pelas mídias digitais para promoverem orientação psicológica e a segunda em admitir a efetividade de outras formas de apoio emocional que ampliam seu escopo de acesso a partir das mídias digitais, como práticas de ajuda mútua, autoajuda, consultórios sentimentais digitais e comunidades online. O modo pelo qual a área procura adquirir legitimidade nesse cenário encontra respaldo em discursos que descrevem e categorizam os impactos dos usos das mídias digitais e, através disso, buscam promover e disseminar moralidades específicas que colaboram para fundamentar e normalizar tais usos.

5 Cabana e redes de sociabilidade masculinas: apoio emocional, camaradagem e segredo

Homens podem se reunir ao redor de bebidas, videogames, esportes, mulheres ou negócios. Podemos nos juntar para matar, ganhar dinheiro, jogar poker, vencer um jogo, beber whisky, comer picanha ou conquistar mulheres. Mas e se nos encontrássemos para cortar todas as distrações? E se nos reuníssemos para nos manter acordados e livres? E se, em vez de diversão, dinheiro ou mulheres, nosso objetivo fosse uma vida autêntica, pronta para gerar dinheiro, satisfazer mulheres, beneficiar as pessoas e enriquecer o mundo?
(trecho do texto de divulgação da Cabana, publicado em 2009).

O excerto acima foi retirado de um texto de divulgação da *Cabana* após um ano de seu lançamento e presume seu propósito de construir um espaço para além do que é comumente associado às atividades que homens realizam juntos, envolvendo esportes, consumo de carnes e bebidas alcoólicas, dinheiro e mulheres. No próprio site que gerou o projeto, a associação a uma nova masculinidade é feita correntemente, através de afirmações como: “O novo homem: mais do que descobri-lo, estamos ajudando a formá-lo. Para cada artigo publicado, diversos caras se movimentam, discutem, trabalham e se aprimoram para que o resultado seja o melhor conteúdo possível”, ou até mesmo com o slogan “Espaço exploratório do masculino”. Após o trecho citado acima são apresentados três relatos de homens que fizeram parte da *Cabana* com situações de dificuldade de iniciar e manter relacionamentos à distância, traição e término de namoros.

A ideia de elaborar a comunidade partiu do site *Papo de Homem*, criado em 2006 e foi uma espécie de aprofundamento de projeto anterior caracterizado por reunir homens em um grupo de e-mails para discutirem suas vidas pessoais. O *Papo de Homem*, assim como a *Cabana* partiram da evolução desse grupo que, reuniu por volta de 2000 homens discutindo desde assuntos relacionados à saúde, mulheres e inseguranças. Contudo, o Clube Alfa – como era intitulado – era um tipo de “*Cabana bizarra*” segundo seu fundador, por se assemelhar a uma versão do super-homem bizarro, com todas as características contrárias ao super-homem hegemônico, “*tudo torto, tudo estranho*”. Desse modo, a *Cabana* surgiu da evolução de um projeto de troca de experiências entre homens através da internet que, ao contrário do grupo anterior, associado à figura do *super homem bizarro* como algo grotesco e um pastiche do

verdadeiro *super homem* com características masculinas relacionadas ao que é positivo e dentro do que é hegemônico, atendesse ao crescimento individual e coletivo, conforme relata Gilberto, usuário inicial do grupo:

A construção lá era, as dinâmicas eram muito mais auto-centradas e ego-centradas do que qualquer um conseguia imaginar, tinha uma lógica de grupo muito forte, uma lógica que operava em torno de uma hierarquização com uma presença forte de status, de ego e de competitividade. [...] isso fez com que o espaço fosse caminhando para locais muito estranhos, que fossem surgindo subgrupos competitivos, que fosse surgindo dinâmicas de intriga, de rixa. [...]. Eles iam talvez ter mais facilidades com mulheres, com o sexo feminino, mais confiança na relação com os amigos, um monte de coisas positivas, mas eu acho que por trás de um monte de coisa positiva que acontecia, também tinham sementes que uma hora ou outra iam travar o processo de crescimento.

O trecho da entrevista transcrito acima permite compreender em que sentido as associações feitas entre O Clube Alfa com o *super homem* bizarro foram feitas em detrimento das associações entre A *Cabana* com o *super homem* “original”, conforme argumentado por meu interlocutor. As dinâmicas auto-centradas no próprio sujeito que participava do Clube Alfa dificultavam a criação de redes que pudessem ter efeitos mais coletivos na atribuição de sentidos de camaradagem. Os usos que eram feitos pautavam-se em objetivos individuais de adquirir mais sucesso nas relações com as mulheres e os amigos, mais do que colocados em torno do que será denominado na *Cabana* de “fortalecimento do masculino” por meio das relações entre homens. Todo esse contexto aponta para a criação de subgrupos competitivos que poderiam inclusive concorrer com o Clube Alfa, do qual desmembrariam, o que arruinaria as finalidades de expansão não apenas do grupo em si, como também de uma comunidade a partir da qual poderiam se articular atividades profissionais e lucros advindos da expansão dessas atividades em um âmbito de negócio comercial. Os vínculos de confiança apenas iniciados pelo Clube Alfa, se seguissem do modo ego centrado conforme relatado pelo interlocutor, não dariam margem para a criação de uma comunidade de relações mais profundas entre homens ao ponto de buscarem por apoio emocional e a partir dos quais se fundamentassem redes lucrativas de atividades profissionais.

As experiências dos homens que se articularam intensamente em torno da realização da *Cabana* permite desvendar aspectos relacionados tanto aos usos das mídias digitais, quanto da

dinâmica de relações que através dela se fundamentaram, partindo, sobretudo, de um processo de subjetivação que se dá sob os eixos de gênero, sexualidade e classe social. Refiro-me a sujeitos que tiveram acesso à internet desde seus primórdios, podendo ser considerados, nos termos de Nancy Baym (2010, p. 20) como “netcitizens”, ou seja, cidadãos da internet. Com grau de escolaridade superior completo ou em andamento, têm suas vidas marcadas pelos usos das tecnologias, em especial, informática e internet, desde sua adolescência. Também não têm perfis hegemônicos de masculinidade, chegando a destoar dos modelos paternos.

Assim, o uso da *Cabana* lhes possibilitou a construção de relações de camaradagem entre homens, em rede, em um processo que elaborava sentidos de gênero para as masculinidades que dialogavam pela comunidade. Ainda, lhes ampliou a sociabilidade a partir da articulação entre projetos profissionais e, em alguns casos que obtive contato, a mudança de cidade, particularmente para São Paulo, como demonstrarei a partir das histórias de alguns usuários que atuaram intensamente na coordenação da *Cabana*. Esses elementos lhes forneceram aspectos relevantes para a reflexão de suas relações afetivas, profissionais, familiares, religiosas em um processo intenso de subjetivação iniciado a partir da comunidade, o que possibilita sua definição em termos de tecnologia subjetivas, articulando-se em práticas corporais, (como a dança de salão, taketina, artes marciais e meditação) e gênero principalmente. O conceito de tecnologia subjetiva se articula, portanto, à tecnologia de gênero, elaborada por Tereza de Lauretis (1994, p. 222), que pensando a partir de Foucault sobre tecnologia sexual enquanto produtora de corpos e subjetividades, enfatiza o caráter “gendrado” designado para marcar as especificidades de gênero. Nesses termos, o entendimento dos usos da *Cabana* se situa no âmbito em que atenta para as representações de gênero contidas no site *Papo de Homem* e na comunidade em si, realçando os efeitos exercido nos sujeitos, e “não apenas o modo pelo qual a representação de gênero é construída pela tecnologia específica, mas também como ela é subjetivamente absorvida por cada pessoa a que se dirige”.

Segundo um dos usuários e editor do site, a quem chamo aqui de Gilberto, a criação do *Papo de Homem* se deu em 2006, quando ainda residia na sua cidade natal, junto a um processo de mudanças em sua vida pessoal e de um aprimoramento do grupo de e-mails Clube Alfa, culminando na sua vinda para São Paulo em busca de avanço profissional no intuito de, em suas palavras, “*tocar o próprio negócio*”. Gilberto tem 29 anos e é formado em jornalismo com habilitação para publicidade e propaganda. É de Brasília e se mudou para São Paulo há seis anos, pois acreditava que era o momento de decidir “*dar voos maiores*” na profissão, já

que para ele, o mercado profissional em sua cidade para sua área de atuação ainda é muito restrito. Em busca de aperfeiçoar suas habilidades profissionais e em consonância com a manutenção de um namoro, sua experiência intersecciona os universos do trabalho com a da relação afetiva, na intenção de avançar individualmente: “*eu queria muito vir, via muito sentido em vir pra cá, trabalhar aqui, construir conhecimento, me tornar uma pessoa mais competente e conheci uma outra pessoa que fez todo o sentido*”.

A origem do site *Papo de Homem*, assim como a *Cabana* foi, portanto, permeada pelo trajeto em busca de estabilidade profissional de um dos editores que, a partir de contatos feitos com os leitores na época que ainda residia em Brasília, pôde prosseguir com a elaboração d’A *Cabana*. Foi a partir desses contatos e da experiência anterior com o Clube Alfa que o possibilitou aprofundar suas atividades profissionais para um âmbito em que atendesse também seus anseios pessoais. De certo modo, todo esse itinerário percorrido por Gilberto pode ser assimilado como parte de um projeto mais amplo de ascensão social com a mudança para São Paulo, um negócio próprio e relacionamento estável que representaria a conquista de uma masculinidade que até então não era possível a partir do contexto em que vivia.

Nesse sentido, A *Cabana* foi uma comunidade online fechada para homens que se iniciou em 2008 e encerrou suas atividades em 2013, ampliando-se para a inserção de mulheres e mudança de foco de discussões centradas em relações afetivas para práticas de meditação e com propostas do que denominam de “*transformação pessoal*”, iniciados com outra comunidade chamada *O LUGAR*, objeto de análise do sexto capítulo dessa tese. Caracterizou-se por ser um forte espaço de constituição de redes entre homens, na sua maioria, com idades entre 21 e 34 anos, brancos e heterossexuais, com ensino superior concluído ou em andamento, realizado em universidades públicas ou particulares de renome como PUC e Mackenzie.

Pertencentes às áreas profissionais de informática, publicidade, marketing, administração de empresas, engenharias, meus interlocutores trabalham com tecnologia em pequenas ou médias empresas, geralmente em regimes flexíveis quanto à carga horária, com contratos de trabalho em que são pagos como Pessoa Jurídica. De outro lado, também obtive contato com usuários que estão terminando seus estudos universitários e já trabalham também com informática e almejam seguir carreira acadêmica, passar em concurso público ou ter sua própria empresa. Vivem com famílias, namoradas ou esposas ou ainda dividem apartamento

com colegas de faculdade e trabalho em centros urbanos brasileiros, como São Paulo, Rio de Janeiro, Florianópolis, Joinville, Curitiba, Recife, Goiânia e Brasília.

As relações constituídas através da comunidade online remetem às tentativas de construir masculinidades que, inicialmente, lhes garantem maiores chances de sucesso na conquista de mulheres e promovem mais sociabilidade entre homens, possibilitando o que Ben Light (2013, p. 253) denominou de masculinidades em rede, ou seja, “masculinidades (co) produzidas e reproduzidas em conjunto com redes públicas mediadas digitalmente e suas propriedades associadas”.

Inicialmente, a *Cabana* se tratava de uma derivação da coluna Doutor Love e se chamava *Cabana do Dr. Love*, com o intuito de ser “um ambiente online interativo para homens desenvolverem suas habilidades com o sexo oposto”. O projeto passou por algumas modificações desde seu início ampliando o foco de aconselhamento afetivo, se constituindo como um espaço legitimado onde homens podiam construir laços de confiança ao dividirem suas vidas auxiliando uns aos outros a conseguirem o tipo de masculinidade desejada. Para participar das atividades da *Cabana* era necessário responder a um questionário inicial sobre como conheceu o projeto, preencher um cadastro com dados pessoais e pagar uma taxa de R\$ 75,00 por mês caso haja interesse de participar por três meses e R\$ 55,00 por mês caso haja interesse de participar por seis meses. Era recomendado que após o tempo máximo de participação – seis meses – que cada usuário fique três meses sem participar – o que é conhecido como “tempo sabático”. A ideia era que dessa forma, a *Cabana* não se transforme em uma muleta para os participantes conduzirem suas vidas, mas sim em espaço para cultivar transformação a ser colocada em prática independente da participação efetiva na comunidade.

De modo geral, a *Cabana* foi um fórum de discussão organizado entre as seções: apresentações (onde cada membro se apresenta), artigos exclusivos aos usuários, práticas (com sugestões de exercícios, treinamentos e atividades envolvendo corpo, mente e interação social), discussão (espaço de troca de conhecimentos e experiências), sexo, relatos (com experiências de relacionamentos e experiências em geral dos usuários). A denominação de *Cabana* para um grupo fechado masculino revela o próprio significado da palavra relacionado a uma casa rústica geralmente localizada fora dos centros urbanos – local de trabalho e da vida cotidiana da maioria de seus usuários. Enquanto um local alusivo ao maior contato com a natureza e distante do universo profissional masculino, legitima a partilha de sentimentos entre homens como iniciação às relações de camaradagens construídas por meio das mídias digitais. O projeto era assim descrito:

Imagine uma comunidade fechada, na qual cerca de 100 assinantes discutem tudo aquilo que faz um homem decente, com artigos exclusivos sobre relacionamentos, relatos comentados, indicações de viagens, restaurantes e presentes, desafios e práticas para um treinamento diário na arte de se tornar um homem melhor.

As atividades são compostas por interações online e por treinamentos presenciais, que incluem: “papo em algum bar foda, Taketina, prática do silêncio, aula de dança de salão, conversa com mulheres, discussões sobre trabalho, balada de salsa”. Todos os artigos, práticas, relatos e discussões giram em torno de alguns eixos: Mente e Saúde, Corpo são, Sexo e Mulheres, Trabalhos e Negócios e Culturas e Artes, ilustrados pela figura abaixo que representa o formato de um dojo – espaço de treinamento de artes marciais:

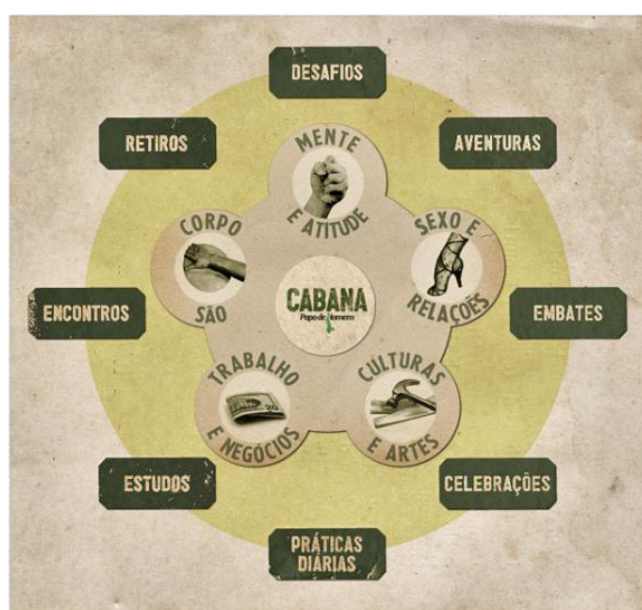


Figura 1 – Frentes da Cabana representadas em formato de dojo

A palavra dojo descreve a proposta da Cabana, como algo semelhante ao local em que se treinam artes marciais. Em última instância, a Cabana poderia ser a representação de uma espécie de “dojo online”, um espaço que alude à competição e ao combate enquanto elementos associados à esfera de sociabilidade masculina e ao mesmo tempo permite obscurecer o caráter de fragilidade associado à busca de apoio emocional entre homens. A Cabana, nesse discurso, era considerada semelhante a “um bom remédio”, que “possui alguns princípios ativos responsáveis pelos benefícios que o espaço é capaz de gerar nos

*participantes*⁵⁰”, evocando um sentido de que atuando como medicamento, estaria fornecendo elementos para o “tratamento” desses homens, oferecendo a partir das relações em rede, aspectos que poderiam transformar suas masculinidades.

Após descrição inicial do projeto e dos princípios que determinam as bases de sua atuação, a seguir aprofundo aspectos que alicerçam os códigos de masculinidades, interseccionados com classe social e sexualidade contidos na *Cabana* por meio de entrevistas realizadas com seus usuários.

Os fantasmas dos “*Mimadinhos*” e “*nerds*” e a busca por “*desenvolvimento pessoal*”

Durante a pesquisa de campo era comum que os interlocutores me dissessem como se aproximaram da *Cabana* por meio de participações nos comentários dos textos do site *Papo de Homem* e conversas que mantinham com os coordenadores por e-mail ou por redes sociais. Por meio de observações dos textos abertos ao público em geral na seção específica do site *Papo de Homem*, assim como de sua comunidade no *Facebook*, iniciei meus contatos com a finalidade de perceber como os usuários lidam com a internet, assimilar suas posturas para tentar aproximações e entrevistas mais aprofundadas.

Meus interlocutores possuem afinidades com os usos das mídias digitais e estão conectados quase que ininterruptamente, seja do trabalho ou utilizando smartphones, facilitando o acesso aos sites como o *Papo de Homem* e a entrada na *Cabana*. Logo, entre os fatores determinantes dessa procura, destacam-se a necessidade de aprenderem a conquistarem mais mulheres, como se verificam pelos trechos de entrevistas transcritos abaixo e várias histórias em que homens vivenciavam inseguranças pessoais e situações conflituosas nos relacionamentos ou na vida profissional.

Conheci o Papo de homem bem no começo, pesquisando sobre como pegar mais mulheres, há uns 7 anos, 6 anos, por aí. Na cabana, já foi diferente. Mas sem dúvida eu cresci muito como pessoa lendo estes textos, discutindo com as pessoas envolvidas. Também com as experiências que vivi a partir de conceitos, desafios e ideias discutidas com eles. Com isso, a parte de pegar mais mulheres foi mais consequência da pessoa que me tornei, do que em dicas em si (Fábio, 27 anos engenheiro químico, mora em Santo André).

⁵⁰ Os princípios são: A mulher como vida; O poder de um grupo; Fortalecimento do masculino e o empurrão de longo prazo.

Eu acreditava que deveria ter alguma receita de bolo para ter mais sucesso no trabalho, com as mulheres, etc. rsrs. Mas principalmente porque eu não era satisfeito com o que eu era...um rapaz introvertido, com dificuldades para se socializar... nunca lidei bem com isso. (Leonardo, 22 anos, Analista de Sistemas, mora no Rio de Janeiro).

No discurso de meus interlocutores, “*pegar mulher*” era tido como um fim para se libertarem das referências que os alocavam a posições emasculadas, feminilizadas ou pouco reconhecidas socialmente no que se refere à masculinidade. Conseqüentemente, insatisfeitos com sua corporalidade, atitudes e falta de sociabilidade, vislumbraram através da *Cabana*, chances de se subjetivarem no sentido de alcançarem masculinidades almeçadas e se desvencilharem de antigos estigmas que marcaram suas experiências na infância e adolescência. Sendo assim, a comunidade, por intermédio de discussões entre seus membros, lhes auxiliou a visualizar meios de como lidarem com a construção da masculinidade junto à entrada na vida adulta e estabelecimento de relações afetivas e de trabalho, como pretendo demonstrar por meio das experiências de vida de alguns interlocutores.

Edson tem 27 anos, nasceu e mora em Curitiba sozinho no apartamento recém adquirido após muitos anos de trabalho. Formado em Sistema de Informação, trabalha há aproximadamente seis anos em uma empresa de médio porte que desenvolve programas para outras empresas. Seu trabalho mais recente se trata da elaboração de programas para configurar painéis informativos presentes em locais públicos como rodoviárias, aeroportos e estações de metrô até portais como Youtube. Filho de pais separados e com uma irmã de 39 anos, me relatou que nunca entendeu muito bem como era a relação de sua mãe com seu pai, já que sua mãe não gostava muito de tocar no assunto. Seu contato com o pai na infância era muito restrito, apenas às sextas-feiras, quando ele ia até sua casa, “*tomava uma cerveja, comia alguma coisa, deixava um dinheiro, dava um beijo nela [sua mãe] e ia embora*”. Sua infância e adolescência foram marcadas pelo uso das tecnologias, em especial vídeo games e computadores, a partir do qual conheceu várias pessoas que lhe auxiliaram na “*forma como pensa hoje*”, pois essa “*tem a ver com as pessoas que passaram pela [sua] vida*”. Nas conversas que tivemos, um dos aspectos que levantava muito para se definir estavam presentes na expressão utilizada “*filhinho perfeito da mamãe*” ou “*mimadinho da mamãe*”:

Ah, eu cresci bastante mimado né? Acabei sendo o filhinho perfeito da mamãe...nerd, sempre nota boa, cabelinho penteado de lado. Tinha uma aposta na rua de que quando ficasse maior,

seria gay, mas no meio do caminho tive amizades, algumas influências, e acabei virando essa coisa aqui. Resumindo era fazer tudo o que ela queria e nunca estar exposto ao mundo, sempre embaixo da saia dela. Faço parte da geração ruim, aquela de criados por pais separados, sempre morando com mães superprotetoras e vestindo o uniforme da escola com calças por cima de camisetas e cabelo penteado de lado. Como mamãe gosta. Sofri bullying para um !@#\$\$% e terminei gerando traumas e medos de pessoas. Sofria bullying na escola pq era nerd. As pessoas da rua em que eu morava falavam que eu seria gay pq não jogava bola, não empinava pipa, ficava sempre dentro de casa e quando aparecia era de mãos dadas com a minha mãe, sempre muito educado, muito tímido...pelo menos eu acho que era por isso.

Edson saiu de casa há dez anos pra morar com um amigo e trabalhar com informática. Sua mãe não aceitou a mudança e por isso se falam muito pouco desde então. Indagado se sente falta da convivência com a família, ele responde que “*de vez em quando, mas é bem raro. Cresci muito perto dos computadores e videogames e muito longe das pessoas. Acabei sendo meio desapegado quanto a isso*”. O bullying que sofreu na escola colaborou para desenvolver o que denomina de “*trauma de pessoas*” e fez com que a informática e a internet fossem uma “*boa fuga*” e se aproximasse de pessoas mais velhas, as quais julga terem sido extremamente importantes em sua formação. Logo na infância ganhou o primeiro computador de sua mãe que trabalhava em uma empresa de grande marca de eletroeletrônicos. Desde então, o computador se tornou seu refúgio e modo de lidar com o bullying que sofria na escola. Somado à introspecção circunscrita no uso de computadores, aos jogos de vídeo game, programação e culminando na chegada da internet no Brasil, Edson esperava “*dar meia noite*” para usar a internet discada sem pagar caro, começou a se interessar por rock e ficava baixando músicas pelo WinMx⁵¹. Também pela internet, se aproximou de mulheres, que era uma dificuldade que enfrentava. Sua entrada na *Cabana*, inclusive, se deu pelo interesse de aprender a conquistá-las, o que, posteriormente, foi modificado por constatar que o foco da comunidade não era apenas esse, conforme me relata detalhadamente abaixo:

Trabalho com informática, mais especificamente com desenvolvimento de sistemas e sempre fui fissurado por informática. A internet foi uma boa fuga já que ninguém conseguia me ver e eu evitava dizer minha idade. Comecei a me relacionar com pessoas mais velhas e foi um

⁵¹ WinMx é um programa para fazer download de músicas.

bom tempo, o tempo do chamado WinMX (compartilhador de arquivos como Kazaa e emule). Fui crescendo, adolescente, fui tendo problemas com mulheres, como todo adolescente, achava que era só eu que tinha esses problemas...como todo adolescente, e cheguei a maioridade. Um dia, procurando algo sobre como conquistar mulheres, ou algo do tipo, conheci o blog Nao2Nao1 do Gustavo Gitti. Comecei a ler um texto, e li outro, e outro e comecei a ver sentido e a achar que aquele cara era foda. De lá conheci o PdH e seguindo todos os dias. Vi um post sobre "A cabana do dr love" e me interessei. Me inscrevi e esperei. Nunca fui chamado. Então um dia me inscrevi de novo e o convite veio. Entrei na cabana visando aprender a pegar mulher, ser Don Juan, poder falar para os pobres moleques como o Dr Love falava com os leitores. Porém, vi que o foco ali era outro. O foco era conseguir ser alguém melhor. Aprender a trucar a vida, não aceitar meu sofrimento ou o dos outros como "algo que acontece". Aprender a agir em cima da !@#\$ toda. Sem tanta dependência de ciúmes e controle, inveja, raiva, etc. Me envolvi bastante com o projeto e passei por coisas que nunca imaginei que aconteceriam comigo naquela época. Namorada traindo, perdendo emprego, família morrendo, casa despencando, a vida inteira desmoronando. Mas dei a volta por cima e consegui me erguer com a ajuda do pessoal lá. Tenho a impressão que as melhores coisas de um fórum não são os conteúdos que são gerados lá, mas sim os relacionamentos que se constroem por pessoas que nunca se falaria cara a cara. Já saí da cabana, mas mantenho contato com um médico, um dono de uma editora, um biólogo. Essa é a parte boa, conhecemos pessoas com mundos totalmente "diferentes" mas vemos que nossos dramas são todos iguais. Ter o apoio de quem já passou por certas situações. Sabe?

A experiência de Edson demonstra como os usos do computador, vídeo games, internet e por fim entrada na *Cabana* lhe propiciaram elementos para lidar com estigmas sobre sua masculinidade. Conhecer pessoas, fazer amizades com gente mais velha, particularmente pelas salas de bate papo, lhe permitiu a saída de um universo de inseguranças quanto à sua orientação sexual, desenvolver sociabilidades já que vivia cercado apenas pelos computadores, aperfeiçoar seu gosto musical pelo rock e se aproximar de mulheres, finalidade que o conduziu a procurar por apoio pela *Cabana*. Esse processo pode ser lido a partir de uma perspectiva que identifique como os usos da internet para estabelecer relações e entrar em contato com referenciais de masculinidade por meio da sociabilidade com outros homens, foram fundamentais para constituir-se enquanto homem e se livrar das marcas de sua infância carregadas de violência exercida pelo *bullying* e isolamento social. Sua experiência social se

deu no sentido em que foi alocado a uma posição feminilizada do “*mimadinho da mamãe*”, “*nerd*”, “*educado*” e “*tímido*” em contraposição ao garoto que joga bola, solta pipa e por estes motivos desde a infância, se associa à conquista de mulheres e não à homossexualidade.

Não obstante, a *Cabana*, em sua perspectiva, oferecia as chances de adquirir conhecimentos suficientes para “*pegar mulher*” e, por conseguinte, transmitir para outros amigos que tinham experiências semelhantes de isolamento social e vida cercada pelos computadores, o que aprendia, adquirindo posição hegemônica na relação com estes. A figura do Don Juan em seu depoimento aparece em contraposição à figura do “*nerd*”, “*mimado*” e “*gay*” que o assombravam na infância, como se a partir do momento em que adquirisse atributos que o assemelhassem ao conquistador, estivesse livre da abjeção associada ao menino fraco, incapaz de atrair as mulheres e escondido atrás da tela de seu computador. Conforme Edson ia adentrando na adolescência, portanto, os usos da internet, em consonância com o fato de “*ficar alto*” e por isso constatar que “*um soco seu doía*”, até mesmo o gosto musical desenvolvido pelo rock, lhe forneciam subsídios para contrariar as expectativas de que seria gay. Com a entrada na vida adulta, saída de casa e dedicação ao trabalho, juntamente com as relações constituídas através da *Cabana* pôde afirmar uma masculinidade recém conquistada através da sociabilidade com homens que julga semelhantes, ou – em suas palavras - junto ao “*apoio de quem já passou pelas mesmas situações*” .

Em suma, os aspectos selecionados por Edson ao narrar sua vida referem-se a todo um processo de renegar atributos de masculinidade indesejados e ir em busca de outros, socialmente reconhecidos, principalmente pela figura do “*pegador*”. O rock, “*pegar mulher*”, falar com outros rapazes ensinando-os a serem conquistadores e ser assim uma referência, “*ficar alto*” podem ser interpretados enquanto tecnologias de gênero adquiridas juntamente aos usos das mídias digitais, em especial da *Cabana*. A sociabilidade que ofereceu apoio emocional para “*dar a volta por cima*”, “*trucar a vida*” e se condicionar a ter essas atitudes estão, dessa forma, contrastando com a figura do menino passivo que andava de mãos dadas com a mãe e, em última instância, podem ser concebidas como masculinizantes.

Em certa medida diferente de Edson, Tales se aproximou da *Cabana* por se interessar por “*desenvolvimento pessoal*” e formas de ajudar as pessoas. Com 28 anos, mora em Goiânia e trabalha com informática também. Tem dois irmãos por parte de pai, filhos de um segundo casamento, após cinco anos de falecimento da primeira esposa, mãe de Tales, quando este ainda era bebê. Já trabalhou desenvolvendo programas na internet para empresas e hoje deseja desenvolver aplicativos para celulares. Casou-se há pouco tempo com uma mulher e desde

quando começamos a conversar no início da pesquisa em 2011 afirmava o quanto gostava de trabalhar com informática e como Pessoa Jurídica, por contratos de regimes flexíveis, pois assim, teria mais liberdade e por justificar:

Na real, eu prefiro assim pq reflete mais o que eu penso. Eu sou mais meritocrata do que gostaria de ser. Pra mim tem que trabalhar se quer dinheiro sim, temos problemas de saúde sim, temos imprevistos inúmeros. Mas no fim eu acho que é essa a relação job > done > \$\$\$. Eu não pretendo parar de trabalhar nunca. Só pretendo mudar a forma e o conteúdo, talvez algum dia eu dê aulas de programação ou só faça uns freelas sei lá, mas eu sei que não vou ter aposentadoria e não vou querer parar de trabalhar. Eu gosto e acho saudável.

Fez um ano de curso na área de turismo em uma universidade pública, mais por pressão familiar de fazer uma faculdade pública do que por interesse próprio, mas ainda tem vontade de terminar uma faculdade pública, como seus primos que também estudaram em universidades públicas. Para ele, “era legal de estudar, mas eu não tinha perspectiva de carreira, não tinha network pra isso. E quem não tem... bom... grandes chances de tu passar uns anos como animador em buffet infantil ou recepcionista de hotel”. Como tinha afinidades com exatas e a carreira na área de informática já fazia parte da vida de seu pai, decidiu mudar os rumos da formação profissional. Depois transferiu o curso para Sistema de Informação, mas também não concluiu, tendo feito dois anos e saído pra se dedicar ao trabalho com a área. Apesar de ter enveredado pelo caminho da informática, isso não se deu em meio à embates familiares. Seu pai havia entrado em dívidas por causa do trabalho na mesma área e receoso de acontecer o mesmo como filho, tentou empurrá-lo para a carreira militar por acreditar que teria mais chances, conforme Tales explica:

Meu pai trabalhou em muitas coisas dentro da área de informática. Foi programador, foi técnico, foi gerente, foi vendedor na época que ele quebrou ele tava em vendas acho ou em gerência. Eu acredito que a única influência que meu pai teve em mim na área de informática foi que ele comprou um computador pra ter em casa...eu gostava de jogar e fuçar um pouco...de resto ele não quis que eu seguisse esse caminho. Ele tentou me empurrar pra carreira militar ou engenharia. Ele tava com problemas no trabalho dele, ele achava o mercado mto injusto e ingrato pq ele só tinha graduação, ele não conseguia emprego de gerente pq pedia mestrado ou pós ou alguma especialização e tava perdendo oportunidade

pra gente mais jovem, sem experiência por causa de título. Tava enfiado em dívidas e tudo o mais. Aí ele ainda tinha um contato com um amigo de infância que era militar e ele ia fazer uns esquemas. Eu ia entrar na academia, ia me formar tenente ou sub tenente e já tem que fazer patrulha obrigatória por 1 ano acho e depois ia ser puxado por esse cara pra parte administrativa. Eu prestei, mas depois eu acabei vendo que isso não era pra mim.

Tales diz ter estudado sempre em escolas particulares e morado em várias cidades quando ainda era criança, por conta da profissão de seu pai, que trabalhou com informática durante vinte anos. Todas as mudanças de cidade foram tidas como muito positivas para Tales, que pelo fato de ser tímido, “descobriu meios de fazer amigos”. Depois de seu pai entrar em dívidas, teve que se afastar da família, tendo vivido momentos de conflito e ido morar com sua tia durante dois anos, enquanto seu pai, madrasta e irmãos, tiveram que morar com a avó. Saiu da casa da tia para dividir apartamento com amigos e também chegou a morar em pensionatos, ao mesmo tempo em que fazia faculdade de Sistema de Informação e começou a trabalhar com programação. Como não conseguia se dedicar ao trabalho e a faculdade e sua situação financeira e da família não estava estável, decidiu “que não dava mais pra ficar desistindo de coisas que queria por causa de grana” e investiu na programação. O reestabelecimento financeiro como programador, aliado ao fato de começar a morar sozinho, o suscitaram a retomar o contato com a família e propor que seu pai e seus irmãos fossem morar com ele e ajudassem em alguns gastos domésticos, enquanto o aluguel ficaria sob sua responsabilidade. Assim, segundo suas palavras, ele se tornou o “homem da casa”:

Isso foi bom no começo e aí eu percebi que não era bom não hahahahaha. Meus pais ficaram meio "submissos" a mim. Eu tinha virado o "homem da casa", mas isso não tava fazendo bem pra família em si. Meu pai não conseguia ser pai dos meus irmãos. Essa configuração da casa bagunçou um pouco as relações. Quando minha irmã precisava de ajuda ou queria alguma orientação ela me procurava ao invés dos meus pais, saca? E eu tava ajudando a manter essa configuração. Eu tbm não conseguia ser menos do que eu era, eu não conseguia mais ser o filho que era antes. Mas a oportunidade de sair de casa só veio muuuuuuito tempo depois, mas isso ajudou meus pais a se organizarem nas finanças um pouco. Hoje eles conseguem se sustentar já.

A história de reviravoltas de Tales, particularmente quanto à situação financeira e profissional é demonstrativa de uma experiência centrada no trabalho como meio de obtenção de estabilidade, reconhecimento familiar e, em última instância, uma masculinidade reconhecida enquanto aquela capaz de alcançar sucesso. Nesse processo de instabilidades ele conheceu a *Cabana* por meio de um amigo e me revelou que tinha interesse em fazer parte da maçonaria, por acreditar que a partir dessa seria possível conquistar o que denomina de “*desenvolvimento pessoal*” ou “*desenvolvimento espiritual*”:

O principal motivo é meu interesse em "desenvolvimento pessoal", qualquer coisa que me ajude a me tornar uma pessoa melhor. Na época eu tinha um bom interesse em entrar pra maçonaria e também tem o fato de ser um amigo que considero muito. Então acho que isso conta. Meu pai é maçom ... não acho que a Cabana e a maçonaria sejam semelhantes, a maçonaria cai pra um lado muito mais ritualístico creio eu do pouco que consegui conhecer né... sem contar que eu tenho essa impressão de que a maçonaria é meio como os escoteiros tem graus/degraus níveis que se galga também não gosto muito dessa hierarquia. A Cabana tem um texto aberto, já é "alguma coisa". Na maçonaria você é convidado a participar, não existe algo como "se inscreva aqui". Eles que decidem (ou não) te convidar e a Cabana é bem mais fácil nesse aspecto. Meu interesse não é exatamente por comunidades fechadas. Tenho interesse em coisas relacionadas ao nosso crescimento como ser humano e desenvolvimento espiritual. Veja, eu entendo desenvolvimento espiritual como qqr coisa que me ajude a ser uma pessoa melhor. Pode ser religião ou não e a cabana me pareceu isso...meu amigo me indicou, chamou pra participar eu fui ver qual era.

Conforme Tales aponta, a possibilidade de se inscrever na *Cabana* mais facilmente, sem nenhuma indicação específica como acontece na Maçonaria, assim como uma relação que julga menos hierárquica garantiram a sua adesão à comunidade online, contribuindo efetivamente para que fizesse parte desse projeto de desenvolvimento pessoal. Com a participação da comunidade online teve a oportunidade de fazer muitas amizades e contatos que o ajudaram no desenvolvimento das práticas de meditação, despertando-lhe o desejo de aprofundar-se nesse conhecimento.

Em certa medida, a maçonaria, enquanto comunidade mais centrada na relação entre homens⁵² guarda afinidades com o que é proporcionado pela *Cabana*, no sentido de se

⁵² Embora em algumas vertentes haja a possibilidade de participação efetiva de mulheres.

configurar enquanto um espaço masculino, no qual homens se apoiam para alcançarem um grau mais elevado e prestigioso de sua masculinidade. Ainda, a rede estabelecida através desse tipo de arranjo social permite contatos de favorecimento, ao menos em certa medida, no que se refere às esferas profissionais, podendo se assemelhar em alguns contextos ao que Tales denomina de “*network*”, que tanto faltava à carreira de turismo que desistiu. Em um sentido mais amplo, a associação feita por Tales entre Maçonaria e a *Cabana*, apesar de ele identificar os pontos divergentes, poderia se relacionar à uma busca por constituir redes de sociabilidade através das quais pudesse obter suporte tanto subjetivo, quanto de redes profissionais, para manter atributos de masculinidade, recém conquistada junto à área de programação e pelo fato de ter assumido em momento concomitante, responsabilidades quanto à moradia familiar. Sobre sua concepção das atividades da maçonaria, Tales explica:

não tenho mta certeza do que eles fazem se realmente ajuda a ser uma pessoa melhor, mas acho que esse é o ponto deles eles também tem um desenvolvimento espiritual forte por lá do jeito deles...bem como o opus dei, umbanda ou outras coisas...bem como alguns amigos...às vezes um grupo de amigos te ajuda a ser uma pessoa melhor mais do que qualquer Dalai lama e meu pai é maçom...na época eu queria participar, mas eu não curto mto o lance todo de fazer segredo saca? eu acho que se o que você faz é legal e é "certo" não tem pq ficar escondendo. Uma coisa é ser discreto outra é ser secreto não gosto mto do "secreto" prefiro discreto. Então eu queria algo como a maçonaria, mas que não fosse fechado como a maçonaria. Até hj eu tenho algum interesse na maçonaria. É só esse ponto que eu não consigo aceitar. Eu fico desconfiado. hahahaha. Não é de desconfiar?

A identificação entre a *Cabana* e a maçonaria é colocada no âmbito em que podem suscitar apoio emocional ou que favoreçam, nos termos de Tales – desenvolvimento espiritual – de modo que chega a ser comparada com outras religiões ou até mesmo a relação entre amigos. É curioso como ele utiliza as expressões segredo e discreto ao se referir a Maçonaria e a *Cabana* respectivamente, afirmando que não gosta muito do secreto, já que esse é de desconfiar. A justificativa de Tales de desembocar na *Cabana* ao invés da Maçonaria, cujas semelhanças poderiam ser lidas pela sua experiência nos aspectos de apoio emocional se pauta, portanto, no fato de que a *Cabana* assumiria uma característica mais “*discreta*” perante a Maçonaria. É possível indagar em que medida o discreto adquire nesse contexto um significado associado à masculinidade que não denuncie qualquer aspecto que possa

corromper as relações entre os homens através da *Cabana*, sobretudo, publicamente. Essas relações, além de amparadas pelo sigilo, devem ser discretas, não ocasionando qualquer inferência de questionamento da masculinidade heterossexual dos homens que fizeram parte da comunidade. Isso faz com que tais relações sejam situadas mais no âmbito do discreto, ou seja, não tão secretas, incitando discursos que possam promover a aderência pela comunidade e sua imagem pública, mas minimamente reservadas, no sentido de não corroer a heterossexualidade, hegemônica nesse contexto. Somado a isto, o próprio aspecto da *Cabana* ser uma comunidade online, na qual se estabelecem redes de apoio emocional pelas mídias digitais já a torna mais “discreta” do que a entrada para a Maçonaria, já que dependeria de exposição presencial nas reuniões. Se a busca por uma das redes é fundamentada por aspectos subjetivos e emocionais, motivada também pela troca de experiências, a *Cabana* oferece mais efetividade por exatamente não colocar num plano presencial, discussões íntimas de seus envolvidos.

A história de Tales em busca da *Cabana* articula elementos experienciados na família, trabalho e mídias digitais que visualizados num primeiro momento parecem não ter ligação. Os elementos em torno da relação familiar instável a partir das dívidas do pai, somados à aproximação com a carreira de informática e posterior responsabilidades assumidas perante a família foram importantes no que se refere ao processo de adquirir masculinidade respeitável e bem sucedida tanto na esfera profissional, culminando na esfera familiar e mais tarde, afetiva. Mesmo com todas as súplicas feitas por seu pai de não se conduzir para a carreira em informática que para ele tinha sido frustrante a partir do momento em que passou a concorrer com jovens profissionais, é possível verificar que a aptidão com tecnologia ao qual Tales se refere, lhe rendeu condições de alcançar uma masculinidade reconhecida enquanto aquela que se sobressai na família por meio do trabalho.

O trabalho pode ser considerado no caso de Tales como um modo de re-ordenamento subjetivo de sua experiência de instabilidade familiar, pois foi a partir dele que conseguiu relativa segurança. Por isso em seu discurso aparece o aspecto individualista ao qual se intersectam trabalho e dinheiro, isto é, em seu discurso meritocrata, conforme definido por ele mesmo, independente da pessoa ter sofrido momentos de inseguranças financeiras e familiares, se trabalhar bastante consegue dinheiro, atributo fundamental de avaliação pessoal – e, principalmente masculina, baseada no discurso do sucesso, além do saudável. Nesse âmbito, pode ser considerado saudável para a masculinidade trabalhar muito, desde que com isso se consiga dinheiro.

Em um contexto no qual lhe tinha sido cobrado passar no vestibular em universidade pública, entrar para a carreira militar em detrimento de trabalhar com informática como parte de um processo de ter independência frente ao modelo de masculinidade colocado por seu pai, ter sido “*o homem da casa*” por determinado período lhe conferiu atributo de sucesso aliando trabalho e masculinidade. Em uma conjuntura na qual as cobranças em torno de estabilidade profissional e financeira ganhavam teor muito forte para Tales no que se refere principalmente a masculinidade, a *Cabana* surge como suporte subjetivo para lidar com esse cenário, lhe possibilitando estabelecer relações com outros homens através das mídias digitais, em que poderia trocar experiências e construir redes de apoio. Isso se dá de modo a manter-se firme no caminho da ascensão profissional, que inclusive lhe trouxe a possibilidade de exercer uma masculinidade hegemônica na família. Em síntese, para Tales, a masculinidade se constituiu através da relação entre trabalho e *Cabana*. A comunidade lhe provia elementos para que conquistasse disciplina suficiente para avançar na profissão e relações. Através do trabalho, ele adquiriu estabilidade financeira e profissional e pela *Cabana*, apoio emocional e rede de sociabilidade masculina. O desenvolvimento pessoal que tanto falava pode estar associado então a como para ele desenvolver-se é um processo intenso em torno de masculinidade, vinculando trabalho e redes de sociabilidade masculina amparadas pelo apoio emocional.

Os aspectos relacionados à vida profissional levantados na pesquisa de campo também foram a tônica de minhas conversas com Felipe, de 23 anos, estudante de Engenharia da Computação em uma universidade pública que mora com a avó em São Paulo. Quando começamos a conversar no início da pesquisa, Felipe me perguntava sobre a carreira acadêmica e concursos públicos, questionando sobre sua viabilidade financeira e capacidade de suprir demandas por estabilidade profissional. É filho de vendedor de joias e sua mãe - de quem advém a maior renda da família - trabalha em um banco público em Brasília, onde passou parte da infância, por conta da transferência do trabalho de sua mãe para lá. A vontade de fazer Engenharia da Computação veio do fato de sempre ter sido “*bom em matemática*” e seu primeiro contato com computadores foi no final dos anos 1990, especialmente com jogos, conforme relatado:

O primeiro contato que eu tive com computador foi quando meus pais compraram um computador, Windows 95, e meus primos iam lá pra casa pra jogar um joguinho de futebol chamado ELIFOOT. Até hoje isso existe. É um joguinho de técnico de futebol, bem simples, mas eles adoravam. Meus primos gostam bastante de futebol. Já eu nem tanto. Primos e

irmão. Aí eu usava pra ficar vendo desenho e jogando outras coisas. Basicamente, foi assim que eu aprendi inglês. Não cheguei a pisar num cursinho. Aí entro no mérito de comunidade virtual. Fiz muitos amigos virtualmente. Por volta dos 10 anos, Ju...fazendo as contas aqui. Essas comunidades virtuais a que me refiro são especificamente de joguinhos. Com mais renda, mamãe comprou banda larga. Aí a gente passou a usar mais a internet. Existia o jogo Tibia! Meu primeiro joguinho online. Haha. Maior parte do meu inglês veio daí. Tinha gente do mundo inteiro jogando, e o jogo também era em inglês. Aí eu não entendia nada e jogava com um dicionário do lado. Até que alguma coisa começou a fluir depois de um tempo. Agora que me lembrei, em 99/98 a internet era de graça de madrugada e fins de semana. Eu cheguei a usar IRC também. Nessa época ainda não tinha MSN.

Os jogos foram importantes para Felipe começar a estudar inglês e, além disso, se caracterizaram por ser uma das primeiras formas dele estabelecer redes de sociabilidade através da internet. Por conta da estabilidade profissional de sua mãe, conforme me relatou, teve condições de ter computador em casa e acesso à internet desde seus primórdios no Brasil. Começou a fazer faculdade de engenharia da computação e seu interesse pela carreira acadêmica é patente em nossas conversas, especialmente nesse último ano, em que decidiu fazer mestrado. Além de ser uma forma de investigar os andamentos da pesquisa da qual faz parte, em certo sentido fui alocada numa posição de “conselheira acadêmica”, explicando sobre alguns detalhes da carreira, valor de bolsas, concursos para professores, etc. Certa vez, Felipe inicia uma conversa comigo, em busca de “desabafar” sobre as cobranças familiares em relação à sua carreira:

Felipe: Ju. Só queria fazer um desabafo. Hahahah. Meu primo, sabendo que quero fazer Mestrado... "Mas você não vai trabalhar?" Ah, mas eu respirei muito fundo...hahahah

Eu: Sério? As pessoas acham isso mesmo né.

Felipe: Meu...Tá barril do lado de cá. Tá rolando um probleminha do lado de cá...Em que algumas pessoas da família acham que eu estou indo no mesmo rumo do meu primo viciado em cocaína (?), ser sustentado pela família. Meeeesmo com todo bom rendimento e todos os frutos que já deram, que nem intercâmbio. A explicação é que eu decidi não trabalhar enquanto tô fazendo faculdade. (O que é o recomendável pro pessoal da eng. Principalmente pra quem quer mestrado.).

Eu: saquei. na sua família não tem ninguém q tenha feito mestrado?

Felipe: Não. :) O que explica, né?

As resistências familiares com relação à carreira acadêmica aliam-se à oposição de seu pai com relação às suas práticas budistas. O pai de Felipe apareceu como figura repressora em nossos diálogos e, inclusive, em sua visão, é tido como ansioso, como alguém que não leva “*um estilo de vida muito saudável, acabou com dificuldades de trabalho. Aí não conseguiu produzir muito*” por exagerar na comida e não ter boa qualidade de sono. Felipe estudou a maior parte da vida em “*escolas de igreja*”, começou a praticar artes marciais desde os quatro anos, com o tae-kwon-do e judô. Hoje pratica mais essa última, medita e é vegetariano. Pensando em como evitar confrontos maiores com a família e de se manter sem sua ajuda, Felipe considera a possibilidade de terminar os estudos trabalhando, mas pensa em prestar concurso público para isso e depois abandonar o cargo caso passe no mestrado. Assim, evitaria conflitos e conseguiria se manter até o final da graduação, momento em que vislumbra adentrar na pós-graduação. No entanto, trabalho para ele se coloca num âmbito relacionado ao concurso público, pois, caso não consiga seguir a carreira acadêmica, teria ao menos um cargo estável e duradouro. Outro ponto que gera discussão com seu pai se refere às práticas de meditação que Felipe costuma priorizar. No começo do próximo ano Felipe estava planejando uma viagem de retiro para meditar e disse aos pais que iria com seu próprio dinheiro (apesar de ser mantido na faculdade pelo dinheiro dos pais), no entanto, a reação familiar não foi positiva:

Minha mãe não fala nada. Meu pai não gosta. Parece que ele realmente quer que eu viva de acordo com o molde dele. Qualquer coisa que saia disso, ele não conversa de igual pra igual. Nunca teve essa disposição. "O Felipe tá errado." :) Sem nem considerar a possibilidade de ver um outro ponto de vista. É difícil. Agora... o problema é que isso não acontece só comigo. Tem um tio que saiu um pouquinho dos moldes da família (minha avó é um pouco assim também). O que vejo da relação deles com meu tio... acho que rancor descreve. Quando meu tio não tá aqui, rola até uma retórica meio odiosa da parte deles. É o mais velho. Deve ter 60 e poucos. Separou da mulher, mas vivem juntos. Tem filhos, dois.

As circunstâncias narradas por Felipe no que se refere ao que considera “*repressão familiar*” se relacionam aos modelos de masculinidade familiar aos quais não corresponde. Tais modelos alicerçados no trabalho contrastam com as prioridades de Felipe calcadas nos estudos, artes marciais e meditação, contrários à referência do pai que vive um estilo de vida não saudável em sua visão. Os projetos de vida que sua família contempla, o foco no trabalho

ao invés de estudos (estes chegando a assumir um caráter semelhante ao vício de seu tio em cocaína) e oposto aos retiros que Felipe busca, o conduzem ao processo de tentativa de constituir uma masculinidade ao menos mais reconhecidas no contexto familiar, como através do concurso público, para que após se dedicar a um trabalho formal garantirá tranquilidade mínima para se dedicar posteriormente aos estudos e, principalmente, se manter sozinho. Nesse sentido, a participação na *Cabana* lhe oferece apoio emocional para lidar com essa conjuntura e aprender a “*tomar atitudes*” frente à esses contextos. Em suas palavras:

O que mais curto por lá é como os cabaneiros tratam uns aos outros. Uma ideia da cabana é bater o pau na máquina. Se tem algo a ser dito, será dito, e sem receio e doa a quem doer. Não por mal, mas há o pressuposto que as pessoas precisam olhar o mundo como ele é de verdade, sem ilusão. Enfim, um tapa na cara. (Não literalmente, claro.) É onde "nascem" os métodos para notarmos como somos medrosos, dispersos e outras características que a gente finge não ver. O tapa na cara começa aí.

“*Notar como somos medrosos e dispersos*”, em uma acepção maior, poderia ser, nos termos de Felipe – um “*tapa na cara*” – no sentido de que a *Cabana* possa fazê-los despertar e “*bater o pau na máquina*”, ensiná-los a ter atitude e ir em busca dos objetivos a partir da disciplina e apoio mútuo constituídos pela relação com a comunidade. Todas essas expressões corroboram para fundamentar os princípios da *Cabana* enquanto remédios, que seguidos à risca possam colaborar na conquista de masculinidades que antes não eram conseguidas, pelo fato de os usuários serem “*medrosos*”. Em última instância, para Felipe, a rede estabelecida pela *Cabana*, que inclusive lhe fez praticar meditação e se dedicar aos estudos budistas – constantemente referidos em nossos diálogos – funciona como que um medicamento para que possa se livrar dos estigmas de uma masculinidade não tão prestigiosa na família. Ser cabaneiro lhe proporciona referenciais de atitudes masculinizantes, apenas visualizados pelo “*tapa na cara*” que o faz acordar e assumir posturas mais ativas nas esferas de sua vida.

Os contatos que tive com os usuários da *Cabana*, tanto pelo *Facebook*, quanto pessoalmente no evento de transição para a comunidade *O LUGAR* foram demonstrativos de como as relações com o trabalho, familiares e afetivas eram determinantes na procura por apoio estabelecida por essa rede de relações. Para alguns interlocutores, a negação de valores religiosos ou das expectativas vindas da família, aliados ao fato da saída de casa por conta dos estudos e posterior entrada na vida profissional adulta lhes foram determinantes para a entrada

na *Cabana*. Ainda, insatisfações com a área profissional colocadas a partir de resistências quanto aos modelos de trabalho corporativos e tradicionais foram comuns e motivaram a tentativa de constituição de projetos profissionais próprios que escapassem aos limites colocados nesses âmbitos. Por isso, a importância do trabalho aliada a regimes flexíveis, mesmo que tal flexibilidade, imposta pelo mercado, mascara com suposta independência uma precarização das relações de trabalho, a qual não têm direitos trabalhistas garantidos, aparece como um modo de questionar os padrões impostos pela família, baseados, sobretudo, em modelos de masculinidades colocados pelos pais que não se adequam em suas visões. Esse contexto de flexibilidade do trabalho e rejeição de modelos de masculinidades dos pais, aos quais não correspondem, os aloca ao apoio emocional buscado pela rede da *Cabana*, na qual possam reconfigurar sentidos de gênero e vida profissional.

Em suma, o trabalho, colocado numa perspectiva de projeto profissional individual e visto como meio de conquistar sucesso e dinheiro adquire significado de masculinidade para que, especialmente, seja tido como uma resposta aos contextos familiares que condenavam e estigmatizavam suas expressões de gênero não ancoradas nos modelos advindos dos pais. Isso fica evidente no depoimento de Iago, 26 anos, Engenheiro, de Recife:

Quando eu comecei a frequentar a cabana, percebi que tinha algo mais a fundo, um modo diferente de encarar a vida e as coisas e o ano passado foi um ano que ocorreram bastante mudanças na minha vida, principalmente por causa de mudanças internas, minhas. Quando olho para meu pai, ele, na minha idade, já trabalhava, já era casado já era mais independente dos pais do que eu sou hoje. Então, eu senti que não tinha um modelo de como deveria me portar como homem, como encarar meus relacionamentos amorosos, meu relacionamento com meus pais, com o trabalho/estudo. Um ponto importante é que fiquei solteiro uma época, e tentava chegar em garotas, inclusive algumas amigas minhas e como não dava certo, eu tinha aquela visão de "friendzone", de rapaz muito bonzinho de coitadinho isso com certeza eu consegui melhorar com o pdh/cabana. Fora isso, tem outros aspectos, por exemplo, ajudar a me vestir melhor deixar de parecer um menino e parecer mais como um homem eu não sabia para quem perguntar esse tipo de coisa.

A *Cabana*, na experiência de Iago foi importante referência de masculinidade já que não se visualizava a partir do modelo verificado por seu pai. Além disso, o fato de ter ficado solteiro lhe suplicou, assim como para outros interlocutores, a necessidade de aprender a

“pegar mulher”. Ficar na “friendzone”, ou seja, se manter na posição de amigo apenas para as mulheres era visto por Iago como quebra em seu atributo de masculinidade, de tal modo que através tanto do site *Papo de Homem* quanto da rede de relações estabelecidas através da *Cabana*, pôde aprender a assumir posturas que destoassem do “coitadinho”, em seu discurso, alocado à uma posição de masculinidade inferior. De certo modo, a *Cabana* lhe fez “deixar de parecer um menino e parecer mais como um homem”, em um processo no qual apenas através das mídias digitais conseguiu encontrar uma rede para “perguntar esse tipo de coisa”. Sua experiência ajuda a compreender de mudanças geracionais nas esferas afetivas e do trabalho modificam referenciais de gênero, o levando a buscá-los pela *Cabana*.

No caso de Giovani, de 25 anos, analista de sistemas, a entrada na *Cabana* significou a oportunidade de “abrir horizontes”, sair de Florianópolis e ir morar em Campinas para trabalhar com informática, cidade que também conheceu sua atual esposa e constituiu sociabilidade com outros homens:

Eu entrei na Cabana em 2009 eu acho, na época eu estava no meio da faculdade de Sistema de Informação, tinha um namoro (naquela época já tinha uns 3 anos, que se prorrogaram para 6) bem conturbado, e meio que a busca para se um cara melhor, para atravessar os meus problemas me motivou a entrar no grupo e abrir os meus horizontes. Hoje eu posso dizer que a Cabana foi um marco na minha vida, tive a motivação para sair da minha zona de conforto e me mudar para Campinas sem me apegar muito a toda a vida que eu tinha e não estava satisfeito em Floripa [...] Morava com a minha família, tinha um emprego relativamente bom lá. Mas eu sempre sentia que eu poderia fazer mais que aquilo sabe, eu sempre falei que gostaria de me mudar, arriscar mais, e tive a oportunidade de conhecer a minha namorada (que virou a minha esposa atualmente) e meio que eu vi que já estava maduro o suficiente para sair de casa. Perguntei para um outro amigo da cabana se ele poderia dividir o AP dele comigo por alguns meses até eu me organizar aqui em Campinas, e vim. Por eu trabalhar com TI não tive muita dificuldade para conseguir um emprego, em 3 meses aqui eu me mudei para o meu AP, a minha namorada na época queria sair de casa também, eu a chamei para dividirmos o AP que eu estaria alugando, ela aceitou e assim eu casei.

Para meus interlocutores, a experiência de fazer parte da *Cabana* lhes possibilitou a fuga, ao menos em certa medida, do que consideram como estereótipo negativo de masculinidade traduzida em termos como “mimadinho da mamãe”, “nerd”, “gay”, colocada

como parte do que consideram como “*geração ruim*”, vista como não correspondente aos modelos de família tradicional em que os referenciais masculinos são figuras de autoridade. Essa geração se articula a concepções de masculinidades ameaçadas pela figura da mãe superprotetora e tentam romper com os referenciais de seus pais, por não visualizarem neles atributos de sucesso. Meus interlocutores temem a emasculação em relação à suas mães e seus pais. Ela por ter supostamente sido superprotetora e ele por não ser um homem de sucesso. Assim, o projeto de vida que tentam conduzir, busca se distanciar de um modelo de masculinidade e até de família que associam ao fracasso.

A pesquisa de Michael Kimmel (2008: 24) sobre jovens homens americanos com idades entre 16 e 26 anos constata mudanças no que se refere às relações afetivas, trabalho e família que se relacionam as masculinidades. Se demógrafos citavam cinco estágios de transição para a vida adulta: saída de casa; término de uma etapa da educação; começar a trabalhar; casar; ter um filho/a; o momento atual é constatado por Kimmel como diferente nesses aspectos, apresentando mudanças geracionais que afetam essas áreas da vida. De acordo com o autor, nos Estados Unidos, há um declínio do percentual de jovens adultos com trinta anos que completaram essas marcas e, portanto, se tornaram adultos, de maneira que “a passagem entre adolescência e vida adulta se transformou de um momento de transição para um estágio de vida separado” (KIMMEL, 2008:25). Nesse contexto, as etapas da vida dos homens americanos têm sofrido alterações no sentido de evitarem essas marcas definidas pelos demógrafos, principalmente no que se refere ao trabalho e às relações afetivas.

Em caso brasileiro, é possível verificar a partir de meus interlocutores, que esses marcadores geracionais para esse contexto de homens de classes médias também estão sendo borrados. Isso os aloca nesses regimes flexíveis de trabalho ou na concentração nos estudos como Felipe, concomitantemente aos ideais de projetos profissionais individuais – como desenvolver *start ups* em tecnologias, que apareceu particularmente nas discussões presenciais que participei no lançamento d’*O LUGAR* – que os permitem alcançar os ideais de sucesso a partir desses referenciais americanos, particularmente nas áreas de tecnologia, e constituir masculinidades em rede através da *Cabana*.

Assim, as relações mediadas digitalmente, especialmente pela *Cabana* representaram as chances de adquirirem uma masculinidade que lhes garantisse o reconhecimento social, sobretudo, de outros homens. E como esses usuários não correspondiam a modelos hegemônicos de rapazes “*pegadores*” e que não adotavam posturas consideradas passivas – como a do menino mimado pela mãe – a entrada para a *Cabana*, agregada com a mudança à

São Paulo por este último interlocutor, foi uma espécie de chance de se inserirem socialmente em um grupo que poderia lhes desvincular dessa masculinidade, interiorizando-a a partir dos referenciais de meditação advindos do budismo. Em certa medida, é possível constatar que para alguns, a *Cabana* permitiu “*abrir os horizontes*”, sobretudo, de aspiração à construção de uma masculinidade galgada no trabalho e relações afetivas que, mesmo que diferenciando-se dos padrões adquiridos na relação com a família, possa lhes transmitir ideais de sucesso, muito semelhante à ideia meritocrata do “*self made man*”, aquele que constrói sua vida sozinho no mercado e se torna exemplar pelo próprio trabalho.

Nesse aspecto, a *Cabana*, através da rede de relações, dos ensinamentos e práticas de meditação, entre outras, promove apoio emocional e suporte subjetivo para meus interlocutores lidarem com inseguranças profissionais, familiares e afetivo-sexuais, especificamente de uma geração que com marcas de classe social, sexualidade e raça, consegue borrar as etapas de saída da adolescência e entrada na vida adulta. Desse modo, a comunidade promove processos de subjetivação que atuam a partir dos eixos de sexualidade, gênero, trabalho e geração.

Para Edson, assim como para outros usuários, “*aprender a pegar mulheres*” os livra de significados de masculinidades associados à homossexualidade e inferiorização por terem sido feminilizados na figura do menino mimado e apegado à mãe. Tales ressignifica a experiência profissional frustrada do pai no ideal de sucesso através do trabalho e procura na *Cabana* completar o “*desenvolvimento pessoal*” que se articula à masculinidade, pois nesse discurso, o homem bem desenvolvido se trata daquele capaz de ter sucesso no trabalho, profissão, família, relações afetivas e de camaradagem masculina.

Giovani, de modo relacionado ao uso da *Cabana*, através da qual conheceu amigos com os quais morou depois de sair da casa dos pais, alia a migração pra São Paulo a um projeto profissional de independência familiar com o relacionamento afetivo. Felipe, por ser mais jovem e estar na graduação, ainda vivencia de modo mais intenso os conflitos familiares de não ser o modelo de homem prestigioso como outros que se dedicam ao trabalho e não aos estudos, que podem se relacionar na perspectiva de sua família, a mais propenso à mulheres. Isso o leva a negociar suas prioridades e estilo de vida diferente do pai à todo instante, como por exemplo, quando decide prestar concurso público para ter tranquilidade e se dedicar também aos estudos, artes marciais e retiros budistas.

O trabalho, elemento fundamental da vida de meus interlocutores, aparece, portanto, enquanto masculinizante, mesmo que destoe de modelos tradicionais. Enquanto que a *Cabana*

lhes fornece apoio emocional para continuarem em busca de um desenvolvimento pessoal íntegro entre as esferas profissionais, afetivas e familiares. Nos próximos subitens me dedico a refletir sobre as relações da *Cabana* e os discursos e práticas que se diferenciam de outras, com vistas a constituir referenciais de masculinidades para os usuários aqui apresentados.

Sentidos de camaradagem: “lado a lado, ombro a ombro, nas trincheiras”

A noção de espaço exploratório do masculino, plataforma narrativa, assim como as expressões que intitulam esse subitem são comuns na fala dos coordenadores da *Cabana*, evocando um sentido de o espaço se constituir através da possibilidade de experimentação e construção conjunta de uma identidade masculina. Pelas entrevistas com seus usuários, a ideia dessa relação igualitária se constrói baseada na admiração cultivada pelos coordenadores e idealizadores da comunidade. Isso ficou evidente quando conheci alguns de meus colaboradores presencialmente, em que pude perceber como a dinâmica dos encontros era colocada de modo a despertar o senso colaborativo nos participantes, porém centrados em como os discursos e o envolvimento com os coordenadores e membros da *Cabana* modificou suas vidas.

O que estaria por trás da partilha de experiências de que os usuários falam? Moldados por uma experiência social e subjetiva em que a tecnologia demonstra ser elemento constituinte de relações de sociabilidade sem o peso de inseguranças possivelmente apresentadas em contatos presenciais, esses homens vislumbraram na *Cabana* a possibilidade de avançarem em suas vidas, rejeitando posturas que consideram passivas como “*aceitar o sofrimento como algo natural*”, conforme me relatou Edson. Isso se apresenta até o momento em que decidem participar da comunidade, no qual estavam mergulhados em dificuldades com mulheres, aceitação pessoal e social, principalmente pautando-se pelo que consideram como uma masculinidade admirada pelo contexto em que vivenciam, aquela galgada no sucesso profissional aliado à relações afetivas estabelecidas e, principalmente, que seja admirada e reconhecida por outros homens em seu círculo social. A rede constituída permitiu aos meus interlocutores se sentirem parte de um projeto conjunto em busca de aperfeiçoamento masculino, como explica Giovanni:

Conheci o budismo, religião que hoje eu estudo e tento aplicar na minha vida com eles. É um projeto que amadureceu muito com o decorrer desses anos, junto com os usuários e com o

pessoal que coordena. Hoje eu carrego comigo muita coisa que eu aprendi na cabana, muita coisa em mim foi mudada. E é engraçado como participar de um grupo nos aproxima, quando você encontra um participante da cabana em alguma atividade presencial parece que você é amigo a anos daquela pessoa, mas como todo grupo claro que a gente tem afinidade com algumas pessoas, mais do que com outras. Nós discutimos sobre vários assuntos desde política, a dinheiro, saúde, fitness, relacionamentos, religião, música, artes marciais, literatura. Com isso eu conheci muita coisa, abri a minha cabeça, comecei a me interessar sobre coisas que não faziam parte das pessoas ao meu redor.

A capacidade de a *Cabana* oferecer relacionamentos com homens que nunca se falariam presencialmente permite, nesse aspecto, que se construam sentidos coletivos sobre ser homem relacionados às esferas em que lidam com mulheres, vida profissional, corporalidade e principalmente sobre como se apresentam uns aos outros. Para Giovani, esses sentidos foram fortalecidos por meio dos estudos budistas, religião à qual aderiu após entrada na *Cabana*, em um processo que se ancora também na troca desses conhecimentos. Os estudos budistas aparecem, nesse discurso, como modo de obtenção de referenciais de construção subjetiva colocados de modo coletivo entre os membros da *Cabana*. Contudo, seus efeitos podem ser visualizados no âmbito individual, na medida em que operam nos limites em que são concebidos pelos meus interlocutores como transformadores de suas vidas.

O foco nesses discursos de referenciais de meditação, enfatizando a construção integral do sujeito de modo articulado entre as esferas que compõem sua experiência, permite aos meus interlocutores assumirem-se enquanto empreendimento subjetivo, a partir do qual alcançarão de modo racionalista, padrões de masculinidade pautados no controle total de suas vidas, em que possam adquirir elementos fundamentais para conduzirem-na de modo ativo, se contrapondo ao que antes da entrada na *Cabana* não tinham. Isso atua concomitantemente a um processo em busca de independência em relação às famílias, a partir da centralidade do trabalho. Nesse sentido, a *Cabana* se completa oferecendo a possibilidade de estabelecimento de uma rede de interesses em comum, construídos conjuntamente, sobretudo, tendo como referência as práticas e discursos budistas. As discussões em torno dos temas suscitados podem ser tidos como um meio de os usuários debaterem sobre assuntos que, pelo depoimento de Giovani e de outros interlocutores com os quais conversei, se qualifica como diferente das pessoas que faziam parte de suas vidas anteriormente e, de certo modo, culmina na construção de uma masculinidade subjetivamente interiorizada pelas práticas que dissemina, assim como, intelectualizada, pelos assuntos mais recorrentes.

Apesar de os discursos que aludem referenciais budistas, por conta de práticas de meditação e textos nessa linha no site *Papo de Homem* e particularmente na seção pública com textos da *Cabana*, a comunidade, nas palavras de um interlocutor “*não tem nenhuma filiação religiosa ou espiritual, apenas reunimos pessoas engajadas em todo tipo de treinamento para melhorar nossa relação com dinheiro, trabalho, corpo, mente, pessoas*”. Esse treinamento atua de modo associado com as artes marciais que eram foco de encontros presenciais específicos, chamados de *Cabana – Do* – provavelmente vindo de *dojo*. Sobre essa relação entre meditação e artes marciais enquanto treinamento, Felipe explica:

Há muita coisa no que toca a treinamento da mente. Um dos princípios das artes marciais é uma coisa meio que Sr. Myiagi de "fazer o que tem de ser feito, sem fazer muita cara feia". Evitar ter um planejamento muito fixo pra vida. (Todo mundo tem um plano excelente pra luta, até tomar o primeiro soco) Em meio às dificuldades, o cara continuar, não ficar procurando muito condição ideal pra praticar...Não ser tomado por tensão. Isso ajuda muito no mundo. Tensão/aflição/raiva.

Não ser tomado por determinados tipos de sentimentos, tidos nesses discursos como potenciais que podem gerar paralisia diante de experiências de sofrimento com término de relações, perda ou insatisfação com o trabalho, convivência familiar, se configura enquanto uma prática pragmática que auxilia ao lidar com qualquer acontecimento ou situação inesperada, o que dá margem para construção de agência individual diante da experiência prática e objetiva. Contudo, a partir dessa concepção, o que se apregoa não é o controle enquanto possibilidade de condução da vida, mas justamente abandoná-lo no que se refere a evitar qualquer problema ou conflito de modo a aprender a lidar com as situações que possam surgir. Trata-se, nesse discurso, de construção de agência individual no âmbito em que há uma interiorização e reflexão em torno da experiência, levando o sujeito a se centrar mais em si mesmo, em suas capacidades de não se entregar a sentimentos negativos, do que a reagir diante das circunstâncias externas e sociais.

É dada a ênfase no ato de agir, mais do que reagir. E agir é masculinizante, ao passo que reagir, feminiliza os sujeitos que dependem de circunstâncias externas para orientarem sua experiência. Em última instância, esse processo se assemelha ao que ocorreu no Brasil em anos de ditadura militar para as classes média-altas urbanizadas, na medida em que o contexto político repressivo, levou a um fechamento do sujeito em si mesmo, ocasionando um “novo

tipo de politização”, centrado na intimidade (RUSSO, 2002, p. 43). O contexto atual do meu campo com a *Cabana*, bem diferente do período ditatorial, aponta para como experiências urbanas centradas no trabalho e aliadas aos usos das mídias digitais, transformam os referenciais de interpretação e análise do sujeito, pautando-se, no caso da *Cabana*, em referenciais orientalizados.

Essa sociabilidade possui efeitos subjetivos de tal modo que colabora para estabelecer os limites dos usos das mídias digitais, contribuindo para que meus interlocutores definam moralidades em torno das procrastinações que a *Cabana* pode levar. Para Tales, por exemplo, a *Cabana* se tornou seu “*novo face*” no início, de modo a acreditar que um tempo fora facilita a colocar em prática os princípios ali colocados e não se tornar tão dependente da comunidade online em si:

Algumas pessoas vão procrastinar menos quando frequentam um lugar como a cabana mesmo que por um tempo (não necessariamente 4ever) e tem gente que vai usar a cabana pra procrastinar tanto quanto procrastinava antes saca? Vejo pelo que aconteceu comigo, por um tempo me ajudou a não procrastinar algumas coisas. Depois colaborou pra que eu procrastinasse ainda mais, não sei como anda agora, mas pelo que eu vejo a Cabana tem uma espécie de atmosfera, se tu entra nessa atmosfera, nessa vibe, tu consegue fazer várias coisas boas propostas por eles mas se tu não conseguir entrar na onda, tu fica onde tava, não sei se consegui me explicar bem...hahahhaha...ele se tornou meu "novo face". Ao invés de ir fazer o que eu deveria fazer, eu ficava na cabana, fazia coisas da cabana e etc.

A “*atmosfera da Cabana*”, no discurso de Tales, aponta para a definição de modos adequados de usar as mídias digitais, não acarretando em atrasos ou adiamentos de outras atividades que se dão para além dessas plataformas. Porém, seu uso pode gerar o efeito contrário se assemelhando ao “*novo face*” e por trazer essa similaridade é vista como prejudicial e empecilho à concretização dos treinamentos propostos. Percebe-se que além de constituir redes de sociabilidades masculinas, atuando conjuntamente aos discursos e práticas sugeridos, a *Cabana* evidencia aspectos de moralidades dos usos das mídias digitais, na medida em que evoca a saída da própria comunidade durante determinado período, como se colaborasse para não acarretar mais os usos dessas tecnologias, as quais já faziam parte de modo aprofundado na vida de seus usuários, definindo-os, sobretudo, enquanto “*nerds*”, como destacou Edson relatando sua experiência. Entretanto, para alguns interlocutores, durante três

meses de “*período sabático*”, estipulado para não participarem de nenhuma atividade da *Cabana* depois de seis meses, percebem como suas vidas paralisaram, pois utilizaram a *Cabana* como uma espécie de “*muleta pessoal*”, de acordo com o desabafo de Edson:

Quando saí da cabana, eu era um cara que praticava exercícios, meditação, estava parando de fumar, meditava todos os dias, calmo, sincero, amigo, etc. Mas pelo visto, não sei se foi só no meu caso, mas a coisa não se sustenta sem a cabana, sem aquele pessoal com aquele olhar em volta. Hoje bebo todos os dias pelo menos cinco latas de cerveja. Me masturbo todos os dias, fumo um maço por dia e não pretendo parar. Minha calma continua presente, mas com uma raiva latejando por trás. Continuo sincero, mas sincero demais, a ponto de dizer o que não deve ser dito, meu número de amigos caiu exponencialmente. Parei de fazer exercícios. Não medito mais. Estou quase um Bukowski só que bem mais amador. O velho moleque mimadinho pela mãe quando fica mais velho.

A experiência de Edson remete a testemunhos religiosos que levantam a importância da religião na vida dos sujeitos, como um processo no qual, a saída do universo relacionado ao que lhe dava apoio emocional para conduzir sua vida baseados em ideais de sucesso, o leva a cair e recorrer a hábitos antigos e até considerados socialmente viciosos, como o uso de bebidas alcóolicas, cigarros e masturbação em exagero. Assim, a religião e os estudos budistas, muito referenciados pelos meus interlocutores, atuam como técnicas subjetivas, oferecendo elementos de uma ascese que colabora para o autodisciplinamento. É uma espécie de leitura individualizante do religioso, distante dos referenciais cristãos de suas famílias marcados pela coletividade e que, denotam aspectos que pretendem destoar. O fato de não meditar mais e com isso, não aprender a lidar com as “*ansiedades, raivas e aflições*”, termos correntemente utilizados tanto nos textos da *Cabana* quanto nas conversas dos usuários comigo, o levam a adotar um comportamento que associa com sua vida anterior à *Cabana*, a do moleque mimadinho pela mãe, e que por isso, estaria em grau menos elevado de masculinidade, regredindo à sua infância marcada pelo estigma da homossexualidade, inclusive.

Nesse sentido, “*aceitar o sofrimento como algo natural*”, conforme Edson me dizia e chegar a desestabilização de todas as esferas da vida se contrapõe a visão promulgada pela *Cabana* de “*não fazer muito planejamento para a vida*”, “*aprender a se livrar de tensões*”, “*fazer o que tem que ser feito*”, constantemente reiterados pelos meus interlocutores. Essas orientações colaboram com a base que dá sustentação para a rede de sociabilidade

estabelecida por meio da *Cabana*, na medida em que contribui para construir em cada sujeito habilidades que possa desenvolver individualmente em sua vida, como se estivesse assim, colaborando para uma lógica meritocrata, semelhante a que Tales acredita e que apresentei no subitem anterior. A partir desses princípios, se o sujeito souber utilizar bem esse treinamento e aproveitar as relações ali colocadas, terá sustentação e apoio emocional, sobretudo, para lidar com todas as armadilhas que o impedem de ser um homem melhor e bem desenvolvido nos sentidos já expostos anteriormente. Essa agência individual ancorada pela *Cabana* se dá para Edson, que expôs mais enfaticamente seus problemas que o levam a ter utilizado a comunidade como um apoio emocional a partir de uma lógica quase religiosa – no aspecto de elaboração de sentidos simbólicos e subjetivos que vão além dos materiais, mas que através desses elementos favorece a lógica do sucesso e prosperidade, particularmente, em termos de trabalho, dinheiro, relação com as mulheres e de camaradagem masculina.

O campo aponta, por conseguinte, como as relações iniciadas pela *Cabana* são constantemente fortalecidas e moldam as concepções de masculinidade de meus interlocutores por representar através de seus coordenadores e membros referenciais do que é ser homem. Ou seja, a partir dos modelos colocados nos discursos, treinamentos e práticas e, em certa medida, a partir dos ideais dos coordenadores, estabelecem dinâmicas e modelos para definirem masculinidades reconhecidas nesse cenário. Em resumo, ainda que o foco da *Cabana* destoe de referências que meus interlocutores buscavam adquirir na entrada da comunidade, como ensinamentos para serem pegadores, essa sociabilidade desemboca em uma masculinidade construída em rede e com aspectos que atentam para além de atributos considerados pelos meus interlocutores como associados a outras esferas de sociabilidade masculina, como o bar, conforme abordarei adiante. Ao invés de atuar de modo a operar hierarquicamente, a relação entre coordenadores e membros da comunidade se coloca por meio de exemplos, os quais podem não ser totalmente correspondidos pelos sujeitos, mas são tidos como ideais nesse contexto.

A geração de homens que fizeram parte da *Cabana* denota ingressar no mercado de trabalho mais tarde que seus pais e, conseqüentemente, porque estudaram mais, e tem novas aspirações, maiores e mais difíceis de serem alcançadas do que tiveram seus pais vivenciam disputas mais acirradas para se tornarem independentes. Assim, os modelos de referência colocados pelos pais entram em xeque, motivando a busca por referenciais de masculinidade para além do que já observam na família. Ainda nesse sentido, é possível observar que a família, apesar de ser uma aspiração futura, ainda é vista com mais insegurança do que pelas

gerações anteriores. Por este motivo, se colocam em relações a partir de novos modelos, pelos quais não necessariamente o casamento aparece como um fim inevitável, apesar de a monogamia continuar sendo uma referência importante.

Dentre os usuários que obtive contato e que estão afastados da *Cabana*, apenas um disse que não sente mais necessidade de voltar à comunidade, pois o enfoque passou a ser “*muito filosófico*” e “*pouco prático*”. Esse interlocutor, particularmente, revelou se interessar pela *Cabana* por acreditar que se trataria de fóruns semelhantes ao PUA Base, (*Pick Up Artist*⁵³), que aborda especificamente modos de seduzir mulheres. Apesar de a *Cabana* ter lhe “*aberto um puta horizonte na cara*”, segundo suas palavras, não se interessou em continuar na comunidade depois de ter aprendido o que pretendia. Perdemos o contato depois de algumas conversas, mas talvez mesmo pelo fato de a participação na comunidade ter sido proveitosa, a partir do momento em que perde o caráter pragmático não lhe interessa mais, como se não lhe fosse mais útil no que tange à apresentar referenciais de masculinidade mais objetivos. Contudo, a maioria dos meus interlocutores que saíram ainda nutrem relações com alguns membros e coordenadores, chegando até mesmo a participarem dos eventos presenciais e ajudar com algumas atividades, seja tirando fotos, ajudando com a organização ou entrevistando pessoas que queiram entrar para o grupo. Essa conjuntura permite problematizar se os efeitos produzidos pela *Cabana* fazem sentido apenas quando estão centrados nos usos práticos e objetivos da comunidade, com contornos que alocam meus interlocutores em experiências de uma classe média urbanizada que de certo modo representam para esses homens a saída de um universo limitado que os amedronta, preso a concepções de masculinidades herdadas de gerações anteriores, como a de seus pais, que casavam mais cedo e trabalhavam em jornadas regidas pela CLT⁵⁴.

Por outro lado, apesar de os membros da *Cabana* nutrirem admiração e desejo de proximidade maior com os coordenadores, estes últimos tentam se desvincular – ao menos em seus discursos – de posturas que os alocam enquanto conselheiros ou líderes de um processo que denominam de “*transformação*” pessoal, como ilustrado pela fala de Gilberto:

É uma coisa nossa de não guia, não guru, não coach, é uma postura meio de caseiro, mais ombro a ombro, mais lado a lado, mais nas trincheiras com as pessoas, por que em última

⁵³ PUA – Base – Pick Up Artist é um site na internet, contendo fóruns de interação que auxiliam homens a dominar a sedução de mulheres. No Brasil foi criado em 2009 e tem como objetivo desenvolver homens que pratiquem o que denominam de “arte da sedução”. Mais informações, acessar: <http://puabase.com/>.

⁵⁴ Consolidação das Leis de Trabalho que determinam jornadas e regimes trabalhistas.

instâncias eu acho que cada um está vivendo processos de transformação...é árduo e tudo, a gente perde muito tempo, acha que andou e andou nada...então uma coisa meio difícil de se colocar nesse momento.

A noção de proximidade criada entre coordenadores e membros da *Cabana* se assemelhando a postura de caseiro como a pessoa que recebe e orienta os novos “cabaneiros”, termo utilizado para definir os homens que fizeram parte da *cabana*, conforme relata meu interlocutor é traduzida pela associação de que todos vivem processos de amadurecimento árdusos ou processos de transformação, particularmente de masculinidade como venho argumentando.

Além disso, é comum encontrar textos no *Papo de Homem* e perceber na fala dos usuários uma insatisfação com o modo estereotipado que a mídia em geral trata o que consideram como universo masculino. De outro modo, é perceptível a tentativa de construir novos sentidos para a masculinidade, e de se afastarem de fracassos advindos do insucesso profissional e pessoal, atentando para seu caráter heterogêneo e polissêmico, como observa Gilberto:

A gente não vem de um local de resgate do homem, no sentido de “putz, os homens do passado é que sabiam ser homens”. [...]A gente não trabalha nem com a ideia de que isso está no passado e nem com a ideia de que é um novo homem, o metro, o gro ou qualquer outra coisa nova sabe. É uma coisa mais pé no chão, é menos rotular e explorar uma série de conjuntos e pensar: o que faz sentido? O que faz sentido como homem e para cada homem e não pensar em unidade e pensar que não faz sentido falar em O Homem, por que é uma ideia tão ampla e se tem uma coisa que a gente nota que acontece: é tudo menos homogêneo. É cada vez mais heterogêneo, é uma coisa mais humana, mais pé no chão, mais bom senso.

Todavia, como venho tentando demonstrar, a investigação constatou que há um perfil de homens delimitado por classe social, ocupação, disputas no mercado de trabalho em regimes flexíveis que têm configurado a busca por esse tipo de apoio emocional através das mídias digitais. Poderíamos perguntar, portanto, qual a relação de poder que está por trás dos referenciais que afirmam e que negam. Ou, em outras palavras: como tem se configurado uma masculinidade através da *Cabana*, e em detrimento de quais outros tipos de masculinidades? Tais relações, nos termos de Connell (2005, p. 37) “mostram que a relação de construção de

masculinidade é dialética; ela não corresponde a um modelo de mão única de socialização”. Ainda, “ao reconhecer os diferentes tipos de masculinidades, então, não devemos tomá-los como categorias fixas” (IDEM), mas sim atentar para a relação entre elas. Pela experiência dos meus interlocutores e análise do material disponível publicamente sobre a *Cabana* verifica-se que há uma negociação entre modelos de masculinidade concebidos enquanto subalternos, como as figuras do “*menino mimado*”, “*nerd*”, “*gay*”, e os usos da *Cabana*, a partir dos quais configuram-se outros modelos que distorcem essas associações pejorativas e desclassificadoras por meio dos sentidos atribuídos a essa rede de sociabilidade. Os atributos de masculinidade conquistados pela rede da *Cabana* não são associados ao que pode ser considerado subalterno, mas ao marginal em relação à masculinidade hegemônica, na medida em que tal masculinidade não está inferiorizada tampouco os aloca em um contexto vergonhoso, haja vista que demandam para si prestígio.

Os sentidos de camaradagem construídos entre os membros apontam para o que foi observado por Kimmel (2008, p. 47), “a masculinidade é em grande parte uma experiência homosocial: realizada por, e julgada por outros homens”. E como homosociabilidade, necessita da figura da “mulher como vida” - conforme indicado como um dos princípios ativos da *Cabana* – para não ser colocada em suspeito a relação de camaradagem entre homens. Assim, a *Cabana* parece sustentar na vida de seus membros, discursos de uma masculinidade que julgam ser diferenciada, através de relações de sociabilidade entre homens iniciadas pelas mídias digitais. Porém, fica claro através de observações presenciais e de entrevistas, o quanto esse discurso favorece a conquista de mulheres que, aliás, se interessam em participar da comunidade. Nesse sentido, a homosociabilidade desenvolvida na *Cabana*, embora não parta de preceitos explicitamente homofóbicos e misóginos, trata-se de uma forma de sociabilidade heterossexista, apoiada em discursos que enfatizam o coletivo e a construção de um espaço de treinamento e desenvolvimento de homens que, em última instância, obscurece inseguranças e lacunas de homens de classe média que vivem em contextos urbanizados.

O que a *Cabana* NÃO é: delimitações de gênero e classe social

Alguns dos cabaneiros fazem terapia, muitos namoram ou são casados e vários pegam mulher direto. Ou seja, a Cabana não se confundiu com um espaço terapêutico, não se

*configurou como um refúgio de nerds desincorporados e não se reduziu tampouco a um reduto de solteiros em busca de métodos infalíveis de sedução*⁵⁵.

Explicitando o que a *Cabana* não é na primeira descrição do projeto contida no site *Papo de Homem*, são destacados vários tipos de práticas terapêuticas refutadas, assim como uma série de manuais de sedução. O trecho em destaque acima, retirado dessa descrição, demonstra como é necessário afirmar que muitos homens participam da *Cabana* fazem terapia ao mesmo tempo, assim como pegam mulheres ou são casados, o que não colocaria em dúvida a masculinidade heterossexual predominante, tampouco a originalidade da comunidade ao oferecer um espaço diferenciado do que já existe.

O primeiro ponto se relaciona à autoajuda. Questionados sobre essa resistência com a autoajuda, meus interlocutores a consideravam como superficial e desfocada do que realmente acontece no grupo:

Autoajuda é muito blábláblá do tipo, tem gente que precisa, tem gente que acha valor naquilo em certos momentos da vida, mas não é a realidade. A Cabana é um espaço aonde vão surgindo discussões sobre várias coisas não necessariamente para indicar o caminho para ninguém nem para fazer o outro se sentir bem, por isso diria que não é autoajuda... discutimos vários assuntos: trabalho, corpo, cultura, mulher, dinheiro. Imagine o papo de homem com um trabalho de curadoria 'fuderoso' dividido em áreas com espaço para discussão. Os textos do papodehomem são do estilo geralzão, os da cabana são direcionados. Então, por exemplo, se hoje tem um texto sobre mudança de carreira, mais na frente, será publicado algo sobre aumento de salario ou criação de empresa. É algo que segue uma sequencia que tem uma ideia maior movimentando. Daí a ideia de curadoria. (Pedro, 24 anos, free lancer em desenvolvimento de sites e professor particular de química, matemática e física de Joinville).

A palavra fuderoso se trata de uma junção de duas palavras associadas à sociabilidade masculina: fudido e poderoso. É interessante notar como a construção de uma nova palavra a partir dessa junção masculiniza uma prática considerada de curadoria associada ao feminino por meio da transformação da categoria inferior de fudido para a categoria superior de poderoso. Assim, a *Cabana* denota uma gramática própria, situada entre o fracasso e o

⁵⁵ Disponível em < <http://papodehomem.com.br/cabana-pdh-grupo-virtuoso-de-homens/>>. Acesso em 12/ago./2013.

sucesso, que promove um trabalho de curadoria, mas um tipo de curadoria fuderosa, particular do que é considerado como masculino. Além disso, o exemplo selecionado por Pedro para enfatizar esse caráter terapêutico de cura é alusivo de como há um foco no trabalho e carreira profissional entre muitos membros e a *Cabana* oferece um treinamento nessas áreas.

No setor de autoajuda no Brasil predomina a venda de livros para o público feminino, os quais se centram na discussão de temas relacionados às relações afetivo-sexuais, enquanto que os livros de autoajuda masculina se relacionam ao trabalho. Esse fenômeno nas mídias digitais, relacionado ao público feminino possui, de acordo com Facioli (2013), um público pertencente às classes populares e se transforma em práticas de ajuda-mútua. A resistência em definir a *Cabana* como um grupo de autoajuda ou ajuda mútua masculino poderia se referir a tentativa de promoverem um tipo de “*treinamento*” ou desenvolverem uma “*plataforma narrativa*”, um “*espaço de transformação*” que se coloca num âmbito mais sofisticado que os discursos feminilizados e com receituários para orientação íntima mais acessíveis às classes populares. Um dos coordenadores explica:

Quando a gente fala em transformar, a gente fala muito em abrir espaço, então não é uma coisa guiada, não é coach, não é terapia, não é autoajuda. Então esse processo precisa muito ter um comprometimento, interesse e abertura e disponibilidade das outras pessoas. O máximo que a gente pode fazer é criar insumos, possibilidades, acolher, é como se fosse criar esse local, esse espaço. A gente pode fazer é criar esse espaço para que as relações trafeguem de outra maneira, para que os diálogos trafeguem de outra maneira e as pessoas possam ter percursos como elas acharem que têm que ter.

A criação desse cenário de troca de experiências é colocada nesse discurso como meio de dar agência aos sujeitos que fazem parte da *Cabana*. A agência masculina nesse sentido aparece como possibilidade de renegar os atributos pejorativos de masculinidade que assombravam o passado de meus interlocutores e assumir atitudes que os levem a construir masculinidades em conjunto que os aloquem a posições hegemônicas nesse contexto específico. Desse modo, é comum os usuários utilizarem uma linguagem específica para se referirem às discussões que ocorrem no fórum, assim como práticas realizadas presencialmente em que uma pessoa expõe sua vida e as outras auxiliam nesse processo de agência, conhecida como “*embate saudável*”, evocando um aspecto de distinção social com relação às práticas de apoio emocional a que não querem se referir.

Se tem algo que eu gosto mais lá dentro é definitivamente a mente aberta do pessoal e a capacidade de debater e conversar sempre de maneira lúcida, sem ironias ou xingamentos de ninguém, quer a pessoa concorde ou não com a sua opinião/ideia proposta. (Alessandro, 21 anos, estudante de Sistemas de Informação, mora em São Paulo).

O principal é o ambiente "elevado", em que podemos conversar numa linguagem diferente da que temos em mesas de bar, por exemplo. O importante é manter a linguagem e a postura que já existe no fórum hoje. De conversas lúcidas, do entendimento do objetivo. Por ser um ambiente fechado, acaba surgindo um referencial em comum e avançamos além do gosto/não gosto, concordo/não concordo (na maior parte das vezes). O que facilita mesmo não é o modo como o diálogo acontece. Mais no nível de referências, lucidez, mesmo. (Vicente, 30 anos, empresário, mora em São Paulo).

As expressões utilizadas para caracterizar as relações constituídas pela *Cabana* podem ser interpretadas enquanto contrapostas a outras com as quais buscam dialogar. O depoimento de Vicente denominando a prática da *Cabana* enquanto “*elevada*”, caracterizada por adotar uma linguagem diferente de mesas de bar aponta para como a comunidade pode ser concebida nesse discurso enquanto diferenciada desses espaços de sociabilidades masculina, aos quais provavelmente não contemplam as masculinidades desses sujeitos, não estabelecidas enquanto figuras de homens fortes, pegadores e que correspondam aos modelos tradicionais de trabalho calcados nas gerações anteriores. Ainda, as conversas lúcidas também presentes no depoimento de Alessandro se opõem a significados associados à insanidade, loucura, socialmente direcionados às esferas femininas e até homossexuais, as quais estigmatizaram grande parcela dos meus interlocutores. Em uma acepção maior, esses dois relatos definindo as práticas da *Cabana* nesses termos, mesmo que não intencionalmente, indicam a construção de referenciais de masculinidade que não se relacionam com esses outros referenciais de masculinidade, aos quais busca se opor. Essa oposição se dá quanto aos que se situam nos termos de sociabilidades convencionais ancoradas pelas conversas de bar e desprovidas de linguagens mais vinculadas a um universo intelectualizado representado pela *Cabana* em suas visões e, quanto aos referenciais estigmatizados dos quais faziam parte na sua infância de adolescência. Em última instância, a lucidez adquirida pela *Cabana* os permite diferenciar dessas masculinidades em um processo de agência que também os impulsiona a agir nas diferentes esferas de suas vidas.

Ademais, na *Cabana* há uma aproximação com práticas e discursos de interiorização e corporalidades associados à meditação, artes marciais, dança de salão e taketina que garantem a adesão pelo público masculino e de camadas médias e altas urbanas, cujas experiências são centradas em rotinas profissionais que culmina na procura por apoio emocional pela *Cabana*. Tais discursos possibilitam a esses homens orientar suas vidas com base no desenvolvimento pessoal sem se prenderem totalmente às exigências sociais de constituírem uma família, e concentrarem-se na obtenção de sucesso pessoal, baseado no dinheiro, conquista de mulheres e estabelecimento de uma relação afetiva. A relação da *Cabana* com as práticas de meditação se dá, segundo o Gilberto, por que “*a gente tinha uma convicção muito grande de que era possível formar um espaço digital em que as pessoas iriam de fato crescer sem ter um monte de travas que surgiam nesse grupo anterior [Clube Alfa]*”.

Em consonância a isso, as práticas de meditação, assim como os discursos de cunho orientalizados são indicativos de como a rede de sociabilidade da *Cabana* tem com eixo fundamental o desenvolvimento de uma interioridade reflexiva, no que se refere a focar em “treinamentos” da mente para lidar com situações e conjunturas sociais. É possível indicar que os treinamentos são concebidos, nos termos dos textos da comunidade disponíveis para o público em geral, como uma “segunda vida”, construída em paralelo às atividades e experiência inseridas no trabalho, relações afetivas e familiares. Essa vida é considerada em uma perspectiva de que a partir da *Cabana* é possível construir uma vida autêntica, estabelecida nos limites em que aponta para a “despolitização do social” e “politização da intimidade”. Em suma, a *Cabana* busca o desenvolvimento integral de uma vida autêntica, essencializando essa esfera paralela enquanto única possibilidade de se encontrar a verdade do sujeito. Contudo, isso não significa o abandono da “outra vida”, mas encaixá-la em uma dimensão interiorizada lhe dá mais suporte subjetivo de vivenciá-la sem abandonar os critérios e indicadores práticos que a conferem e restringem-na em ideais de sucesso, baseados em “*pegar mulheres*”, ganhar dinheiro, ser independente da família, culminando num processo completo de “*transformação*” ou “*desenvolvimento pessoal*”.

Nesse sentido, vale à pena problematizar em que medida, a sociabilidade desenvolvida por meio da *Cabana* pode subverter os sentidos do que é considerado como ajuda-mútua, autoajuda ou terapia de grupo através de uma masculinização dessa forma de sociabilidade através de discursos mais densos e concentrado no desenvolvimento de habilidades individuais por meio de treinamentos coletivos. A partir de análise de sua proposta e de entrevistas com os usuários, é possível apontar para como a sociabilidade masculina

desenvolvida através da *Cabana* se pauta em aspectos de classe social, uma vez que se distinguem de práticas de apoio emocional acessadas pelos públicos de classes populares, fortalecendo redes em que fomentam discursos e, nos termos utilizados, “treinamentos” que visam à constituição de masculinidades. Esse treinamento se ancora através da evocação da camaradagem entre homens que por fazerem parte de um grupo fechado, torna legítima e aceitável relações de intimidade e partilha de emoções entre homens.

Assim, a rede constituída pela *Cabana* revelou-se não desprovida de um recorte social, apresentando um perfil específico de usuários advindos de famílias de classes médias, as quais lhes garantiram condições de estudarem e terem acesso à computadores e internet desde a infância e adolescência. E ainda, de homens adentrando na vida adulta que lhes suscitam por referenciais de masculinidades que não correspondem ao das gerações anteriores e de seus pais, que experienciam processos mais acirrados em torno da vida profissional e reconfiguração das relações afetivas, já que o casamento, diferente para seus pais, é uma aspiração futura, após alcançarem ideais de sucesso baseado em dinheiro, trabalho e camaradagem masculina. O contexto apresentado presumivelmente conduz meus interlocutores à acessarem esse tipo de apoio emocional baseado em discursos e práticas de meditação, o que na compreensão do coordenador Gilberto limita muito as possibilidades de ampliação à outros públicos:

Eu acho que o que a gente faz é um bocado limitado nesse sentido de classe. Eu acho que a gente corre um risco muito grande de cair numa posição elitista, de cair numa fala tão profunda, tão densa, tão específica que a não ser que a pessoa tenha uma base e todo um repertório ela não vai nem acessar. Então eu noto ainda que o que a gente está fazendo tem um bocado de restrições, de limitações e de contingências. [...] Eu noto também que tem uma coisa que a gente não olhou em profundidade que tem uma tendência maior de certo público, de certo nicho se manifestar, de ser mais barulhento e a gente tem muitos leitores invisíveis e curiosos. ...eu acho que a própria dinâmica desses espaços faz com que determinados nichos venham a se manifestar em detrimento de outros que podem estar ali acompanhando, mas se sentindo de alguma medida intimidados.

Isto posto, os marcadores de classe social na *Cabana* podem ser entendidos não apenas no âmbito de análise dessa categoria nos usuários, como também, como se articulam processos de subjetivação ancorados nos discursos e práticas de meditação que, em última

instância, apartam os sujeitos de contextos sociais e, externos em seus termos. Diante disso, a pesquisa aponta para a centralidade nas esferas de construção subjetiva de agência, em contraste com as conjunturas que esses homens vivenciavam antes de entrar na comunidade. Pela explicação de Gilberto, o entendimento dos limites da *Cabana* são colocados no âmbito de que se o sujeito não tiver base não irá acessar e até processar os discursos que perpassam a comunidade. A base a qual se refere indica um pertencimento de classe social que ocasiona na formação de nichos específicos que atingem. Tais nichos podem ser interpretados enquanto segmentos de mercado que, inclusive, não são o alvo do site *Papo de Homem*, uma vez que, segundo os dados que elaboram para atrair investidores publicitários no site, o público que acessa se restringe às classificações de classe via mercado, caracterizando-se por predominar entre as classes A e B, o que aponta para como o site e a comunidade se mantêm no intuito de atingir esse segmento em específico. Uma observação mais atenta dos textos do *Papo de Homem* permite constatar como os comentários aos quais Gilberto se refere são feitos pelos membros da *Cabana*, coordenadores e usuários, inclusive alguns que foram meus interlocutores, sugerindo que além da comunidade fechada, o site possa manter para os usuários que saíram ou que estejam em seu período de afastamento, o diálogo entre eles através do próprio site.

Somado a isto, o aspecto que Gilberto chama a atenção corrobora para a compreensão de como existem públicos que não se manifestam ali no site, justamente por não compreender a dinâmica das relações ali estabelecidas. Essa explicação reforça mais uma vez o caráter de construção de masculinidades galgadas em processos mais intelectualizados via conteúdo com referenciais de meditação, favorecendo processos de interiorização dos sujeitos. Sendo assim, essa masculinidade marcada pela heterossexualidade, aspectos de classes médias e brancas resulta na divergência de outras concebidas na chave de ambientes “menos elevados”, como bares, locais comunitários associados à sociabilidade masculina com marcas das quais a *Cabana* e o site *Papo de Homem* ainda não atingem, especialmente de classe social. Em resumo, a partir disso, verifica-se que os sujeitos que acompanham o site, mas não se manifestam podem estar direcionados à outras formas de apoio emocional e outras formas de sociabilidade colocadas pelas mídias digitais.

“O que é dito na Cabana fica na Cabana”: silêncio e segredo na preservação da rede masculina

Apesar de a mulher ser considerada um eixo fundamental no conteúdo e na vida desses homens, sua presença no grupo não era permitida nas discussões dos fóruns e atividades que envolviam interação presencial. Havia apenas uma brecha relacionada às baladas de salsa, nas quais as mulheres participavam para acompanhar os homens na dança. Questionado sobre os motivos pelos quais as mulheres não podiam participar do grupo, um de meus interlocutores explicou:

a interação homem e mulher muda totalmente a dinâmica do espaço. Num lugar onde tem apenas homem, ninguém está preocupado em impressionar aquela garota da foto bonita, aquela loira dos olhos azuis ou até mesmo, destratando aquela menos bonita. Quando só têm homens, eles não estão ali para querer impressionar ninguém, ou ser bem vistos pelas mulheres. (Alan, Analista de Sistemas, 28 anos, mora em Curitiba).

A presença feminina poderia ser interpretada, portanto, como uma ameaça às relações de camaradagem ali constituídas. Como um espaço de sociabilidade masculina presumidamente heterossexual, a figura de uma mulher deve estar presente, mas apenas no sentido de que é útil para não colocar em dúvida a relação entre esses homens. Os diálogos em torno da presença das mulheres, nesse sentido, podem ser parâmetros para que sejam “positivamente avaliados por outros homens”, conforme observa Kimmel (2008, p. 47). Contudo, pode se associar também a um universo de comprometimento e responsabilidades com o trabalho, relações afetivas e familiares que buscam combater ao menos quando estão juntos, uma vez que nessas esferas ainda não adquiriram atributos de masculinidade suficientes, o que os leva a desembocar na *Cabana*.

Nesse sentido, as mulheres até podem participar de alguns eventos, mas desviariam o foco de homens preocupados em desenvolver-se, sobretudo, à partir de códigos de masculinidades, entre os quais destaca-se a relação de camaradas como algo que antecede a relação com as mulheres. Esse tipo de sociabilidade, nos termos de Kimmel (2008, p. 13) “gira quase exclusivamente em torno de outros caras. É um espaço social, bem como uma zona de tempo - um puro Eden homosocial, não corrompido pelas responsabilidades sóbrias da vida adulta”. A rede estabelecida pela *Cabana* se caracteriza, portanto, enquanto homosocial, na medida em que enfatiza as relações entre homens que juntos colaboram entre si num processo de adquirirem e reconfigurarem atributos de masculinidades. Segundo Sedgwick (1985, p.1),

Homossocial é uma palavra usada ocasionalmente na história e nas ciências sociais, na qual descreve os laços entre pessoas do mesmo sexo; é um neologismo, obviamente formado por analogia com ‘homossexual’, e também para se distinguir da palavra ‘homossexual’. Na verdade, essa palavra é aplicada a atividades de ‘associação do sexo masculino’, que pode, em nossa cultura estar relacionado com intensa homofobia, medo e ódio da homossexualidade.

Apesar de a *Cabana* não parta de preceitos explicitamente repulsivos à homossexualidade e à tudo que a ela se refere, no sentido de promoverem discursos de ódio, é perceptível como o fantasma do “*menino mimado*”, “*nerd*”, com dificuldades de conquistar mulheres se associa a homossexualidade na experiência de alguns interlocutores. A aptidão para as tecnologias e, particularmente, as relações mediadas digitalmente, atuam no sentido de lhes fornecer elementos para se desvincularem desses fantasmas, e a rede da *Cabana* lhes oferece as atividades de “*ligação do sexo masculino*”, as quais Sedgwick se refere, que se colocam, como destacado pelos relatos de meus interlocutores, enquanto distantes das mulheres e mesmo das esferas associadas ao que é considerado como feminino.

É visível como a dinâmica homossocial, amparada pela presença da figura feminina a aloca a uma posição de subalternidade, haja vista que, conforme ilustrado pelo depoimento acima, se uma mulher estiver presente em um local onde se dão relações exclusivamente entre homens heterossexuais, os gestos serão todos orientados para impressioná-la, desde que ela seja atraente, ou destratando-a caso não o seja. Há nesse ponto a tentativa de demonstrar atributos relacionados a uma masculinidade capaz de conquistar uma mulher desejável e, com isso de garantir a admiração e respeito de outros homens.

A importância de referenciais masculinos é colocada de modo a sustentar a homossociabilidade enfatizada pela *Cabana*. Em contextos de instabilidades profissionais e afetivas que envolvem a experiência de meus interlocutores, se contrapondo aos modelos que receberam de seus pais ou que em alguns casos, por terem sido educados pelas mães, não obtiveram. A presença feminina ganha nesse cenário, lugar pequeno apenas na medida em que possa colaborar para a consolidação dos sentidos de masculinidades construídos por meio dessas relações.

Os eventos em que era permitido a participação de mulheres se tratavam de sinalizar esse local, ainda complementar para a construção da masculinidades pela *Cabana*, como as aulas de dança de salão, em que por todo o foco da comunidade em homens heterossexuais, solicitava a presença de mulheres. Por se tratar de homens heterossexuais que, focados nos

estudos ou trabalho e marcados por experiências nas quais as mídias digitais tiveram destaque, esse evento poderia lhes auxiliar a se relacionar com as mulheres por meio da dança.

Além disso, a *Cabana* promoveu um evento presencial sobre feminismo, em que foi elaborado uma espécie de minicurso com um dos editores. O evento, chamado “*feminismo para homens: um curso rápido*” aconteceu em um final de semana em São Paulo e culminou em textos veiculados no *Papo de Homem* que enfatizavam as relações afetivo-sexuais com mulheres.

Os discursos do que pode ser considerado feminista permitem desnudar como o feminismo é ancorado em questões relacionadas às esferas de relações entre homens e mulheres apenas, não reverenciando dinâmicas entre gêneros e que consideram as diferenças como raça, sexualidade, geração, classe social, entre outras. Tal curso se situa, portanto, no aspecto em que é capaz de fornecer subsídios para que os homens da *Cabana* se inteirassem de demandas femininas, com o intuito de se constituírem entre o “*machão arcaico*” e o “*sensível pós-feminista*”, conforme colocado em um dos princípios da comunidade, especificamente o que se refere ao “*fortalecimento do masculino*”.

Em última instância, o curso aponta para uma apreensão do feminismo com intuito pragmático, no sentido em que pode ser útil na relação com as mulheres. Isso não significa que não haja interesse de refletirem sobre essas questões e que elas não colaborem para tornar suas relações mais igualitárias, mas indica que a masculinidade no discurso da *Cabana* assume aspectos que, mais uma vez, dialogam com outros referenciais de masculinidade, os quais buscam se diferenciar.

Em 2012 um caso específico de relacionamento entre uma leitora do *Papo de Homem* e um editor ganhou notoriedade na internet devido à publicação de detalhes da relação sexual do casal no fórum da *Cabana*. A história caiu na internet por que alguém que participava da *Cabana* copiou as imagens das postagens nos fóruns e enviou a menina envolvida com o editor, que por sua vez enviou as imagens dos posts para outra blogueira⁵⁶ que publicou em seu blog a história toda. Apesar de ter tido acesso às imagens da postagem, que inclusive ainda constam no blog em questão, não pretendo reproduzi-las aqui, tampouco revelar

⁵⁶ Blogueira é o nome dado à mulher que escreve em blogs na internet. Inicialmente, os blogs eram concebidos como uma espécie de diários íntimos contemporâneos, nos quais o blogueiro ou blogueira relatava sua vida. Atualmente é possível perceber como os blogs entraram para um circuito comercial, fazendo parte de grandes portais de notícias e sendo escritos não apenas com finalidades de relatos pessoais, como também profissionais levantando, inclusive, a possibilidade de render lucros com publicidade ao autor/a do blog.

elementos que tive acesso sobre o ocorrido para manter um compromisso ético com as pessoas entrevistadas.

Em resumo, a postagem relatava um envolvimento sexual com uma menina, apesar de uma rejeição à sua aparência, pelo fato de estar gorda e indicava que ela poderia ser encontrada no *Facebook* do rapaz por amigos que já a conheciam. Depois de contar toda a história, o usuário solicitou que o caso permanecesse ali no fórum, respeitando a regra “*O que é dito na Cabana, fica na Cabana*”.

Obtive conhecimento desse fato através de meu interlocutor Felipe que também lia o blog *Cem homens* e que tentava me esclarecer como se tratava de um exagero e principalmente que esse tipo de relato não deve sair do espaço da *Cabana*. Nas minhas tentativas de entrevistar os envolvidos no caso, assim como os coordenadores da *Cabana*, a situação permanecia silenciada, ou quando tocavam no assunto em algumas entrevistas que fiz por *Skype* pediam pra “*desligar o gravador*”. Esse caso se tornou polêmica envolvendo o *Papo de Homem*, chegando a prejudicar a imagem do site na mídia e ao fechar negócios envolvendo publicidade, o que motivou os editores a lançarem um esclarecimento⁵⁷ a respeito

⁵⁷ No esclarecimento constava: Sobre o caso específico envolvendo a *Cabana* (aqui relatado, cujo conteúdo e acusações rejeitamos em diversos pontos), segue nosso esclarecimento, agora mais detalhado, visto que recebemos mais perguntas. Estamos também muito tristes com toda a situação e não temos como imaginar o sofrimento dos envolvidos. O *PapodeHomem* desconhece, não apoia ou mantém qualquer vínculo com as atitudes dos funcionários em suas vidas pessoais e relações íntimas. Em todo o processo, erros cometidos por um funcionário do *PapodeHomem* foram confundidos e interpretados como erros da própria empresa. Isso é inadmissível. Agora, segue o nosso lado, em um esclarecimento tão detalhado quanto possível. Um de nossos funcionários já era participante da *Cabana* e leitor do portal antes de ser contratado. Após a contratação, sua participação na *Cabana* de modo algum foi alterada, não ganhou mais autoridade, tampouco se colocou como a voz de um funcionário ou da empresa. Ele seguiu em seu processo de crescimento pessoal, desvinculado do *PapodeHomem*. Sobre o conteúdo do tópico em questão, como qualquer relato no fórum fechado da *Cabana*, nunca discutimos a vida de outras pessoas, mas nossas próprias atitudes no trabalho, nas relações, na vida em geral. Nesse caso, o envolvido focou em pedir ajuda em relação a uma atitude ruim, logo toda a conversa girou em torno dele, não em falar mal da envolvida referida apenas anonimamente. Aliás, a atitude relatada foi amplamente criticada, principalmente pelos coordenadores da *Cabana*. O próprio fato de ele fazer esse depoimento em um espaço como a *Cabana*, que já tem essa finalidade, indica que ele sabia que estava errado e queria mudar. Portanto, foi feito um relato pessoal, em um fórum fechado, não-público, com fatos alterados para preservação de identidade e sem identificar qualquer nome. O tópico, reforçamos, foi duramente criticado pelos coordenadores da *Cabana*. Em nenhum momento era a voz da *Cabana* ou do PdH se manifestando. O conteúdo do tópico foi repassado por algum participante da *Cabana* para a envolvida. Erramos em não conseguir manter o sigilo que sempre prezamos para evitar confusões e sofrimentos, afinal ali é um espaço de aprendizagem, não um espaço para proteger ou proliferar preconceitos e ataques pessoais. Sabemos agora que os pedidos que a envolvida fez por meses para tirada do tópico foram direcionados ao envolvido, que não comunicou ao coordenadores da *Cabana*. Assim que a coordenação da *Cabana* soube do vazamento e recebeu o pedido de remoção do tópico (que já estava sem atualizações há meses), no dia 13 de setembro, erramos em fazer uma exigência na tentativa de proteger a privacidade de todos na *Cabana*. Erramos sim ao demorar 11 dias para efetuar a exclusão. Nós reconhecemos isso e pedimos desculpas a todos e principalmente à envolvida. Estamos reformulando todo o funcionamento da *Cabana* com alguns pontos em debate: a) queremos entrevistar todos o que desejam entrar, b) talvez a *Cabana* seja aberta para homens e mulheres igualmente, c) talvez seja melhor não abrir espaços para relatos pessoais de aflições ou visões confusas (ainda que com o objetivo de crescer e criar menos sofrimento), mas focar diretamente em práticas e estudos, num contexto garantidamente 100% positivo, evitando qualquer confusão futura desse tipo. Em relação ao conteúdo do portal aberto

do ocorrido, se desvencilhando da postura individual do referido editor e combatendo publicamente sua postagem e também anunciando mudanças no funcionamento da *Cabana*, prevendo entrevistas à todas as pessoas que desejassem entrar, a entrada de mulheres – que já era prevista antes disso acontecer – mas apresentando uma mudança importante, o foco em relatos pessoais envolvendo relações foi alterado para promoverem práticas e estudos de meditação.

Na realização da pesquisa, sempre que questionava aspectos internos da *Cabana*, era logo advertida, como Felipe o fez: “*antes de responder, vamos fazer um trato. É que tem uma regra na cabana que é ‘o que acontece na cabana, fica na cabana’*. É por uma mera questão de privacidade. Até onde eu puder comentar, o farei”. Curiosa com a expressão “*O que é dito na Cabana, fica na Cabana*”, busquei informações no site *Papo de Homem* a respeito e encontrei um documento com instruções de uso da comunidade. Uma das regras era: “*Clube da Luta: o que é dito na Cabana fica na Cabana. Sob nenhuma hipótese o conteúdo é reproduzido ou distribuído, nem mesmo por um simples e-mail para um amigo. Ponto*”.

Os indícios de que nada poderia escapar a essa regra me permitem constatar que existem ali na *Cabana* códigos de masculinidades que devem ser mantidos sob proteção e silêncio. O discurso de que gostariam de aprender a “*serem pessoas melhores*”, constantemente reiterado a mim, poderia se associar a uma tentativa de construir uma imagem de que a *Cabana* não estava preocupada em formar “*pegadores*”, interessados apenas em manter relações casuais com as mulheres ou simplesmente de desvincularem-se dessa necessidade. O foco da comunidade, segundo esse discurso, é modificar as vidas dos usuários que, antes de fazerem parte da comunidade estavam mergulhados em universos sociais cercados pelas responsabilidades de ingresso na vida adulta com relações afetivas e profissionais estabilizadas. A *Cabana*, nesse sentido, permitiria a saída desse universo e principalmente legitimaria a partilha de sentimentos e emoções entre homens através das mídias digitais. A partir desses elementos é possível questionar: afinal, o que se quer proteger? O que é dito na *Cabana* e o que não é? Qual a relação entre o que é dito e o que não é dito no sentido de manter intocáveis relações entre homens e a imagem da *Cabana*?

Ao longo da pesquisa, discutir a polêmica relatada me levantou uma série de questionamentos, principalmente por se tratar de um acontecimento que trouxe problemas aos

(www.papodehomem.com.br) como um todo, reforçamos nosso compromisso em não divulgar discursos machistas, racistas ou preconceituosos de qualquer maneira, bem como ofensas, xingamentos e ataques pessoais. Se encontrar algo assim, por favor nos avise imediatamente em conteudo@papodehomem.com.br. Se você acha que podemos fazer algo a mais para remediar a situação, por favor fale conosco: cabana@papodehomem.com.br. 4 de outubro de 2012.

envolvidos, despertando, inclusive, uma postura cuidadosa de minha parte ao respeitar as solicitações de que trechos de entrevistas não fossem citados, ou que o gravador fosse desligado em momentos que me contaram detalhes maiores. O episódio e seus envolvidos à parte me parece ser mais relevante indagar sobre as relações de gênero estabelecidas entre o que foi dito e o que não foi dito tanto no fórum, quanto à respeito do assunto, assim como o que tentou se preservar ou esconder. Ainda, em um sentido metodológico, a concentração de análise nos usos da *Cabana* podem revelar moralidades que permitiriam a preservação do grupo.

Nesse sentido, foi possível perceber que a imagem da *Cabana* como uma comunidade com finalidades “transformadoras” era constantemente acionada em diálogo comigo, seja mantendo o discurso de que aprenderam a “*ser homens melhores*”, ou silenciando-se caso algum acontecimento como o que narrei aparecesse para desprestigiá-los frente a mim. Isso pode se associar tanto ao aspecto em que não gostariam de ser mal vistos por mim enquanto pesquisadora, que poderia fazer uma análise “científica” que desfavorecesse o discurso de que a *Cabana* estaria formando homens melhores, quanto também como sujeito que em certa medida poderia avaliá-los negativamente como homens que precisam aprender a conquistar mulheres. O referencial associado à figura do homem que não conquista muitas mulheres, mesmo que não colocado no discurso, aparece como um fantasma que assombra a imagem masculina desses homens. Um fantasma, sobretudo, que deve ser evitado tanto em um ambiente homosocial quanto em diálogo com mulheres.

A manutenção desse segredo quanto ao que havia realmente acontecido assume caráter de central importância quanto a preservação da comunidade. Simmel, refletindo sobre o segredo, conceitua seu uso como

[...] uma forma de ação sem a qual certos objetivos - pois vivemos num meio social - simplesmente não poderiam ser atingidos, é bastante compreensível. Não são tão evidentes os atrativos e os valores do segredo além da sua significação como simples meio - a atração específica do comportamento formalmente secreto, não importando o seu conteúdo momentâneo. Em primeiro lugar, a exclusão tão enfatizada dos que não o detêm traz um forte sentimento de posse. Para muitos indivíduos, a propriedade não adquire significado com a mera posse, mas só com a consciência de que outros não a detêm. A base para tal, evidentemente, é a impressionabilidade dos nossos sentimentos através das diferenças. Além disso, estando outros excluídos da posse, deixa sugerir que o que é negado a muitos deva ter um valor especial. A propriedade interior dos mais variados tipos, assim alcança um acento de valor característico mediante a forma de segredo, em que a significação do que é ocultado se acresce diante do simples fato de que outros nada sabem sobre aquilo.

A dinâmica do segredo atua, de acordo com Simmel (s/d, p. 3) pela exclusão de quem não detêm sua posse. No caso da dinâmica da *Cabana*, o segredo é colocado com vistas a manter meus interlocutores em posição de exceção, principalmente, de uma sociabilidade masculina, na qual mulheres não são permitidas. Ou seja, a partir dessa lógica, a masculinidade constituída pela *Cabana* é constantemente preservada de discursos que possam tensioná-la, assim como de qualquer elemento – nessa circunstância – a presença feminina que possa corromper a relação entre homens pelos motivos verificados pelos meus interlocutores, transcritos anteriormente.

À dimensão do segredo se complementa o elemento do silêncio, inclusive, se tratando como uma das práticas comuns em eventos da *Cabana*, que previam minutos de silêncio para promover a meditação. Kimmel (2008, p. 61) reflete a respeito dos códigos de masculinidade e constata a presença do que denomina de cultura do silêncio, como “uma das formas rapazes tornaram homens”. No caso dessa pesquisa, qualquer aspecto que corrompa a imagem da *Cabana* ou que coloque em xeque o caráter heterossexual da relação entre os usuários é obscurecido. Particularmente com relação à divulgação de detalhes e difamação de uma mulher no grupo, foi possível constatar como tanto a referida mulher, quanto os membros e envolvidos no caso, preferiram não falar comigo, alegando não haver nada a declarar. Considero que esse silêncio, como verificado por Kimmel (2008, p. 62):

É o que dá os autores [no caso do relato] e as vítimas a ideia de que todos apoiam o Código Masculino. É o que dá a todos uma marca de vergonha. E é o que o mantém - mesmo quando tantos caras estão desejando alterá-lo ou eliminá-lo completamente. A primeira regra do Código Masculino é que você pode se expressar sem dúvidas, sem medo, sem vulnerabilidades. Sem pergunta alguma.

Outra indefinição contida na *Cabana* se associa a existência de homossexuais na rede. Ainda que houvesse suspeitas, como coloca Gilberto, foi um tema misterioso, talvez envolvendo inclusive segredos aos quais não tive acesso.

Na minha cabeça tem mais que a gente não sabe e mais ainda, entrando na questão de sexualidade, eu penso que se a gente fosse conversar claramente a gente ia ver no grupo homens e mulheres homos, bis, curiosos e por aí vai. Então eu acho que a questão da sexualidade ainda é algo bem mais íntimo, bem mais difícil de lidar do que parece. É a própria estrutura do mundo, acho que tem gente que tem receio, tem pessoas que talvez não

tenham aberto nem pra si e não falam e acho que tem as pessoas que podem ter curiosidades e não falam pra si e pra todos. Acho que tem isso no mundo o tempo inteiro.

Mesmo que nas entrevistas realizadas, os usuários afirmassem que existiam homens gays na *Cabana* em uma tentativa de não demonstrarem como o grupo era heterossexista, nunca consegui ter acesso a eles, constatando que não havia propriamente uma abertura de diálogos com relação à esfera afetiva que envolvia relações não heterossexuais, deixando-as no terreno da suposição. Havia, portanto, um silêncio muito grande com relação a esses sujeitos, como se negassem sua possível existência.

O silêncio em relação ao que aconteceu, assim como as estratégias de articular um discurso sobre a *Cabana* que não a vinculasse a uma comunidade com efeitos exclusivamente de formar conquistadores, deve ser tomado como pano de fundo para a discussão das moralidades em torno do uso das mídias digitais. Os discursos sobre os usos da *Cabana* fundamentam, desse modo, limites entre o que é considerado como aceitável entre relações masculinas de partilha de sentimentos. Nessas relações, o que deve ser destacado é como os sentidos dos usos se relacionam às experiências de homens heterossexuais, que estão em fase de almejam por estabilidade profissional enfrentando disputas pela manutenção no mercado de trabalho e buscam compartilhar suas emoções em busca de auxílio por outros homens de uma maneira que não coloque em dúvida o caráter heterossexual de suas relações.

As tentativas de elaborar sentidos para as relações de apoio emocional entre homens forjadas online se situam em uma dinâmica que reconfigura relações entre feminilidades e masculinidades e entre os diferentes tipos de masculinidades concomitantemente. Vislumbra-se, assim, um projeto de masculinidade que se ampara na relação de apoio emocional entre homens pelas mídias digitais, operando através do segredo, elemento que masculiniza essas relações, em detrimento das relações com as mulheres e com outras masculinidades não reconhecidas nesse cenário. Além disso, se trata de um projeto que também negocia sentidos do que denominam de nova masculinidade, “mais elevada”, de acordo com os termos de meus interlocutores, que exclui outros tipos de masculinidades que não lhes correspondam. O segredo como estratégia evidente de manter intactas interações entre homens cujas emoções sejam centrais visa assegurar um local intocável da masculinidade produzida pela *Cabana*, sobretudo, das relações com as mulheres. Assim, a situação envolvendo a subalternização de uma mulher por não apresentar uma corporalidade desejada por um dos usuários da *Cabana* quando ultrapassa os limites desse universo, chegando à mídia no caso, provoca mudanças

significativas no funcionamento da comunidade, mas que os sentidos de se preservá-la apesar da modificação do campo de pesquisa ainda se mantêm, apontando para a necessidade de pensar os fluxos de relações que ocorrem a partir dessa rede.

6 “O LUGAR como uma praça do interior”: a inserção de mulheres e reconfiguração das redes de apoio

Em abril de 2013 a *Cabana* foi oficialmente suprimida e a partir das redes de relações por ela estabelecidas foi criada outra comunidade que incorpora a presença de mulheres: *O LUGAR*. Para participar da comunidade é necessário realizar o pagamento de uma taxa de 55 reais por mês (sendo o acesso mínimo de até três meses e máximo de seis meses), cadastrar-se na plataforma que não mais está vinculada diretamente ao site *Papo de Homem*, e por fim passar por uma entrevista realizada por *Skype* com um dos coordenadores.

Anteriormente à realização dessa comunidade, o site *Papo de Homem* pretendia elaborar uma espécie de *Cabana* feminina, que de modo semelhante ao grupo masculino, seria uma comunidade de uso exclusivo das mulheres. Contudo, após os escândalos narrados do final do capítulo anterior sobre o envolvimento de um editor com uma leitora do site *Papo de Homem*, a ideia de uma nova comunidade que já fazia parte dos planos do site abarcou as mulheres no mesmo leque de relações que os homens já vinham nutrindo até então.

A justificativa para a incorporação de mulheres foi a mudança de foco em “*dojo de crescimento coletivo para homens*” para “*transformação*”, conforme foi salientado inúmeras vezes nos encontros presenciais. As mulheres apenas poderiam entrar na *Cabana* quando esta estivesse pronta para recebê-las, ou seja, apenas quando o processo de transformação dos homens que fizeram parte da comunidade fosse completado o suficiente para ampliar o foco de modo a deixar minimamente confortável a recepção destas. Entretanto, o envolvimento com essa rede de sociabilidade proposta pela *Cabana*, somado aos discursos correntes por lá, aponta para um processo de amadurecimento tanto da comunidade, quanto de meus interlocutores, visto de modo a possibilitar a ampliação para as mulheres.

Levando-se em conta que o perfil dos membros da *Cabana* era de homens com idades por volta de 21 a 34 anos, em fase de terminar os estudos superiores, buscarem independência perante a família e se estabelecer profissionalmente, a rede demonstra ter evoluído concomitantemente aos seus usuários que, inicialmente apontavam para como aprender a conquistar mais mulheres lhes levava a comunidade, mas que posteriormente, alcançaram masculinidades reconhecidas nessa conjuntura.

Em última instância, após a conquista de uma masculinidade prestigiosa nesse cenário, chega o momento de verificar como ela se sustenta em um espaço que acopla também mulheres. Ainda, os leva a buscarem por outros tipos de relações não baseadas na troca de experiências entre homens em momentos nos quais estão vivenciando a entrada na vida adulta. *O LUGAR* adquire significados que acentuam e dão sentidos a essa entrada, partindo-se de pressupostos de que os homens da *Cabana* já finalizaram a etapa em que aprendem uns com os outros a construir referenciais de masculinidade que os diferencie das figuras que não correspondiam na infância e adolescência.

A partir dessa modificação do campo, percebe-se que os sentidos de proteção das redes de sociabilidade entre homens antes presentes na *Cabana* parecem permanecer. A alteração do foco da comunidade que passou agora a se centrar em estudos sobre meditação, entre outras práticas, ao invés de promover o debate aberto de relacionamentos num cenário em que

não mais existem apenas homens indica a segurança de que estes não se focarão em relacionamentos perto de mulheres que participam do grupo. Inclusive, cheguei a ouvir de alguns colaboradores que sentiriam dificuldades de solicitarem ajuda quanto a sexo e relações afetivas em um ambiente em que as mulheres também estão presentes.

Mesmo que haja a possibilidade assentada da entrada feminina, a rede, ao menos no seu início era predominantemente marcada pelo discurso masculino, gerando nas mulheres uma hesitação em se pronunciarem. Eram poucos os casos de homens já familiarizados pela dinâmica de apoio introduzida pela *Cabana*, que participam juntamente com a namorada ou esposa. Nos meus questionamentos feitos aos usuários da *Cabana* anteriores ao surgimento d'*O LUGAR*, ao passo que a entrada de mulheres era vista por alguns como ameaça, para outros assinalava a possibilidade de “*estenderem os benefícios*” para suas companheiras ou talvez aperfeiçoar relações com perfis de mulheres que tenham interesses comuns. Dessa maneira, pode estar em jogo a suposição de que a abertura da comunidade às mulheres lhes abrirá um leque maior de possibilidades de empreenderem encontros e relações afetivo-sexuais em uma comunidade na qual podem unir essa oferta à camaradagem masculina. Contudo, diante das instruções sobre o primeiro encontro oficial d'*O LUGAR* recebida por e-mail pelas pessoas inscritas, uma das orientações era a respeito dos possíveis casais que se interessariam em participar:

Teremos alguns casais, ex-casais e futuros casais participando do encontro. A melhor coisa que podemos fazer é olhar para todas as pessoas de forma tão livre quanto possível de expectativas, de controle, de medos ou tensões de qualquer tipo. Olhar todos como igualmente especiais, merecedores de cuidado e atenção.

Se consideramos isso a sério, entendemos que a presença de nossos companheiros (atuais, passados ou futuros) não deveria representar um impedimento em nossa relação e abertura com as outras pessoas que estarão lá, seja de que gênero, tipo ou nível de aproximação. Não queremos encontros de casais encerrados na sua dinâmica própria, mas um encontro de pessoas.

Melhor do que ir com a namorada ou namorado, é ir com o ser que por acaso tem andado ao nosso lado, e que, mais do que ser nosso marido ou esposa, quer ser feliz. Um dos grandes méritos de um espaço e encontro como esse é justamente oferecer um ambiente mais seguro para revelar e desafiar nossa propensão ao ciúme, orgulho, carência etc, e a partir disso, tentarmos liberar mais e mais as nossas relações.

Por conseguinte, o cerne da proposta dessa nova comunidade desloca a centralidade das relações afetivas como motivações para busca de apoio emocional, justificada na ênfase dada ao sujeito independente de sua participação conjunta com o/a parceiro/a. Assim, as relações entre homens visualizada nessa rede constituída a partir da *Cabana* sinaliza a necessidade da presença feminina, seja colocada em discurso com finalidade de promover assuntos entre homens, seja recebida tacitamente como n’*O LUGAR*, mesmo que promovendo mudanças de diálogos, para não que não seja colocada em suspeito a relação de camaradagem entre os homens.

A suspeita em torno da relação entre homens, como abordado no capítulo anterior, indica associações que concerniam às masculinidades de meus interlocutores antes de entrar na *Cabana* ou distante desta em alguns casos, carregadas pelo estigma do menino mimado, nerd e gay. Ou seja, se após anos em treinamento com a rede da *Cabana* não houvesse uma transformação efetiva na experiência de meus interlocutores, isso seria indicativo de que os princípios da comunidade não funcionam, já que os teria mantido presos a tais estigmas, não os transformando.

Sendo assim, independente da comunidade que estejam usando, a análise empreendida aponta para como as redes de sociabilidade se rearticulam para proteger e legitimar relações de partilha de sentimentos e intimidade entre homens. Num âmbito maior, o desenvolvimento da *Cabana* de modo a desembocar n’*O LUGAR* assinala também modificações na experiência de meus interlocutores e ocasionando fluxos de relações que acompanham concomitantemente usos de novas plataformas e estabelecimento de outros tipos de apoio emocional.

O LUGAR é uma comunidade, portanto, com o objetivo de promover um espaço de constituição de redes de sociabilidade, estudos e práticas com referenciais budistas que transcenda os âmbitos das relações online, motivando o encontro mais constante das pessoas que fazem parte dessa rede. Como já apontado, o surgimento da comunidade se deu através de um encontro nacional realizado em São Paulo, na Vila Madalena, bairro associado atualmente à vida noturna vibrante e local de moradia de jovens profissionais bem-sucedidos. Tal encontro contou com atividades de sexta-feira a domingo, de interação em bar, dança de salão, práticas de silêncio, yoga e as “rodas de embate” que já eram conhecidas na *Cabana*. No primeiro dia de encontro, na sexta-feira, houve interação em um bar de espetinhos, cujo intuito era “quebrar o gelo”. Nos diálogos que tive com os coordenadores d’*O LUGAR*, a ideia

de ir além da divisão por gênero apareceu também articulada ao próprio site *Papo de Homem*, segundo Gilberto:

Antes era tudo vinculado ao Papo de Homem: Cabana Papo de Homem, Escribas Papo de Homem e ao longo do tempo a gente viu que o que a gente produz de melhor não está preso ao olhar masculino, então não estava fazendo sentido manter a Cabana como projeto fechado só pra homens, não estava fazendo sentido manter o Escribas como projeto que só fazia propaganda para homens, por que a riqueza tá no olhar, tá na construção de narrativas e de redes e isso a gente amplia naturalmente para além do gênero. Então não estava fazendo sentido nem em termos de conceito, nem em termos de operação e nem em termos de negócio. Então a gente fez esse movimento primeiro com o Lugar, depois com o Escribas e a movimentação natural vai ser o próprio Papo de Homem passar por isso em algum ponto futuro. Pretendo manter o nome e a marca, mas abaixo de um grande guarda-chuva, então a ideia é de que do Papo de Homem surja algo acima dele, então o Papo de Homem seria, por exemplo, um dos sites dentro de um projeto maior que não está preso ao olhar masculino.

O depoimento de Gilberto revela os fluxos pelos quais tanto o site quanto as comunidades relacionadas a ele derivam. Esses fluxos demonstram o percurso pelo qual as origens de um grupo masculino a partir de um grupo de *e-mails* desembocam em um site masculino e, por sua vez, em uma rede masculina para posteriormente levar a ampliação das redes de relações a uma comunidade não mais estabelecida pela divisão de gêneros. Somado a isto está o caráter comercial dessas derivações do site *Papo de Homem*, englobando outros empreendimentos que buscam ir além do recorte de gênero para ampliar os públicos e, conseqüentemente, estender suas possibilidades de rendimentos financeiros.

Embora se perca o caráter da divisão por gênero tanto n’O LUGAR quanto nos empreendimentos que se originam a partir do *Papo de Homem*, e a comunidade não se qualifica em torno das discussões sobre as relações afetivo-sexuais, existe uma predominância de experiências heterossexualizadas que constatei pelos encontros e pelos/as meus interlocutores/as. Entretanto, mesmo com esse aspecto salientado, existe uma abertura a refletir sobre os ideais de amor romântico e os moldes tradicionais de relações baseadas no casamento como atributo para a conquista de estabilidade afetiva. Abordarei essas questões em um subitem específico.

Outrossim, o nome da comunidade por si só já é alusivo dos objetivos de constituir através da plataforma um “*espaço de encontro*”, um lugar “*como uma praça do interior*”

conforme é descrito por seus participantes e nos textos que descrevem a comunidade. A partir dessa espécie de “nomeação topográfica”, termo que empresto de Beleli (2012: 55), me interesse em saber, assim como a autora, se esse espaço de sociabilidade propicia a redefinição das relações de apoio emocional, tendo, sobretudo, a *Cabana* como referência. *O LUGAR*, dessa forma, anseia a retomada de um contexto social não tão cercado por relações estabelecidas quase que integralmente pela tecnologia. Assim, o argumento utilizado para defender as mudanças provocadas pelos rumos apresentados pela *Cabana* apresentado na proposta d’ *O LUGAR* era colocado da seguinte forma:

Para construir outras relações, precisamos construir outros lugares. Para construir outros lugares, precisamos construir outras relações. [...] Na loja nos relacionamos como consumidores, na praça como cidadãos, nas casas como parentes, nas empresas como funcionários, nos bares como amigos. Mas quase não há lugar para nos relacionarmos como pessoas, como parceiros que se acompanham na vida. [...]. Pense como a dinâmica de uma mesa de bar limita nossas conexões: só ouvimos alguém por 15 minutos sem interrupção quando a pessoa têm a sorte de ser convidada para palestrar em um auditório. Em qual lugar da cidade conseguimos apenas ficar ali, parados, sem entretenimento, só com nós mesmos? Do jeito que nos estruturamos atualmente, as pessoas não param, nunca realmente chegam. Parece até estranho dizer, mas é verdade: a gente quase não se encontra mais. A cultura da programação nos leva a tratar a cidade como uma grande TV. Pela internet escolhemos filmes, shows, cardápios, viagens. Saímos de casa, nos entretemos e voltamos. Nossa premissa: pessoas não são interessantes. Convide alguém para um lugar com pessoas e ouvirá algo como “Mas vai rolar o quê? Vai ter música?”.

Sonho com um lugar que não seja mais um bar, loja, centro cultural, somente um espaço de encontro não definido para quem quiser ouvir e ser ouvido, dançar, meditar, oferecer uma aula improvisada... Por que não deixar um lugar ser apenas um lugar? É tudo o que desejamos quando nos abarrotamos em cafés por aí. Vai ficar rica a pessoa que abrir um lugar.

A ênfase na proposta da comunidade aparece enquanto forma de questionar elementos que são associados nesse discurso, à cultura do entretenimento, vista como determinante na manutenção da desconexão entre as pessoas, já que apresenta distrações. Os lugares são concebidos, assim, a partir dessa prerrogativa em que podem dar sentido às relações, ao

contrário dos que cerceiam as identidades, fixando-as, como o exemplo do funcionário, consumidor, pai, etc. O aspecto sem finalidade e definição exata de lugares permite, nesse sentido, a fluidez das identidades, com a finalidade última de que colabore inclusive para sustentar momentos em que estas devam ser tidas com mais concretude, como o exemplo trazido sobre o pai. Diante disso, outras relações que vão além das estabelecidas pelos lugares pré-existentes são promessa da comunidade que, assim como a *Cabana*, aposta na ideia de “*como levar duas vidas*”, promovendo a busca por viver uma vida autêntica, enquanto aquela que independe de fatores exteriores e até sociais para poder se fazer legítima.

Ademais, a proposta d’*O LUGAR* evidencia dinâmicas de experiências metropolitanas, as quais a cidade, ao menos para esses sujeitos, parece não apontar para relações significativas no que se refere à conexão entre as pessoas, até no aspecto em que possa promover redes de apoio. O encontro genuíno, conforme colocado, sublinha, portanto, relações que possam oferecer elementos coletivos de apoio individual, sobretudo, para que esses sujeitos possam viver na cidade. Assim, *O LUGAR* parte do pressuposto de que na cidade grande, como São Paulo, não há espaços para se desenvolver redes de sociabilidade que possam apoiar cada sujeito no que pode ser considerado empreendimento individual, baseado em constituir relações para além do trabalho e da família que lhes ofereçam discursos e práticas que os sustentem subjetivamente para continuarem a exercer as identidades fixas as quais o excerto acima explora. Por fim, a última frase selecionada para ilustrar a comunidade destaca como a ideia de promover um lugar que atenda a todas essas expectativas pode ser um modo de se conseguir muito dinheiro, ou seja, se tornar um empreendimento com finalidade comercial para as pessoas envolvidas com a coordenação.

Desse modo, como a *Cabana*, *O LUGAR* atua sobre alguns princípios ativos que pretende despertar nos seus participantes. Porém, diferente de princípios relacionados à camaradagem e ao relacionamento afetivo-sexual com as mulheres, dá ênfase à práticas e estudos de orientação budista, diálogos estimulando o apoio mútuo tanto nas esferas profissionais quanto pessoais. Ainda que sustente a tentativa de não se vincular a nenhuma prática de ajuda-mútua semelhante às que são mais acessadas pelas camadas populares, demonstra traduzi-la para as classes médias urbanas relações que suscitem, sobretudo, apoio emocional.

Os princípios ativos estão descritos na página de acesso à plataforma d’*O LUGAR* e podem ser divididos em dois eixos, um que se relaciona mais a aspectos subjetivos de orientação da experiência em si mesmo e modificação dessas a partir dos padrões do silêncio

e que destacam a experiência individual⁵⁸. O outro eixo pelo qual se articulam os princípios d' *O LUGAR* se referem aos elementos que reforçam os sentidos coletivos dessa rede de sociabilidade e do que deve ser sublinhado nela, sobretudo, que operam a partir da evocação à rede no que ela pode oferecer também para fortalecimento de aspectos subjetivos levantados pelos princípios do primeiro eixo⁵⁹.

Conheci a proposta d' *O LUGAR* através de um dos meus interlocutores de pesquisa, que me revelou mesmo antes da consolidação da comunidade os rumos previstos para a *Cabana*. Segundo suas informações, *O LUGAR* se inspirou em uma plataforma de *crowdlearning* de origem inglesa que se instalou em São Paulo em 2013, chamada *The School of life*⁶⁰. Criada pelo filósofo Alain de Botton⁶¹ em 2008, se trata de uma espécie de escola que elabora cursos sem vínculo institucional ou disciplinar de ensino e que tem sido procurada por um público de classes altas paulistanas. Em conversas informais com os coordenadores d' *O LUGAR* pude perceber que a proposta da comunidade caminha num sentido de buscar por um público que se situa entre as classes média e alta ainda não atingidas pelo *The School of life* e constituir um mercado de desenvolvimento pessoal com cursos e palestras para esse público em específico, o que ainda assim não limita as possibilidades de se transformar em uma comunidade mais restrita às classes mais abastadas como as que usufruem do *The School of life*.

Nesse sentido, *O LUGAR* possui até o momento 185 pessoas, com perfis acima dos 25 anos, advindas das carreiras profissionais de informática, marketing, publicidade, jornalismo, professores de yoga, músicos, dentistas, médicos e psicólogos. A partir dessa modificação do campo, a pesquisa também se modifica, pois começo a participar efetivamente da comunidade, através dos fóruns online e de alguns encontros presenciais que participei em São Paulo. A entrada nesse campo de pesquisa se deu a partir do primeiro encontro nacional d' *O LUGAR* que deu início às atividades da comunidade. Tratou-se de um encontro de três dias realizado em uma escola de yoga na Vila Madalena, em que pude conhecer pessoalmente alguns dos colaboradores que já tinha contato através do *Facebook*, além de outras pessoas

⁵⁸ Fazem parte desse eixo, os seguintes princípios: Transformação sem oba-oba, Silêncio e compreensão do mundo interno, Empoderamento, responsabilidade, apropriação, Felicidade genuína e qualidades atemporais e Formação horizontal, desenvolvimento vertical.

⁵⁹ Os princípios são: Estamos todos no mesmo barco, Um lugar para a gente realmente chegar, Linguagem consensual sobre o que realmente importa, Diálogo como prática, embate, fala de coração, Um lugar para quem precisa de um lugar, Linhagem: métodos testados coletivamente por séculos e Todas as situações são trabalháveis.

⁶⁰ Página oficial na internet: <<http://www.theschooloflife.com/world/brazil/>> Acesso em 12.out. 2013.

⁶¹ Alain de Botton é um escritor e filósofo de Londres, que tem adquirido visibilidade na mídia por popularizar a filosofia e divulgar seu uso na vida cotidiana.

que se interessaram pela proposta do encontro, conforme salientado nas reflexões metodológicas dessa tese.

Após esse primeiro encontro a plataforma digital d'*O LUGAR* iniciou suas atividades em junho de 2013. Solicitei entrada no grupo e elaborei um perfil, ilustrado pela figura abaixo, com informações como nome, cidade, estado, uma foto de rosto que, inclusive foi tirada no primeiro evento de inauguração da comunidade e conforme indicado para preenchimento no item “Ações no mundo e interesses em ensinar/aprender”, relatei meus objetivos de obter conhecimento sobre a relação das pessoas com a tecnologia, além de discursos sobre meditação e artes marciais, indispensável para me manter próxima dos/as meus/as colaboradores/as. Dessa forma, me inseri enquanto usuária na comunidade, porém esclarecendo meus interesses de pesquisa, e comecei a participar de alguns fóruns, encontros nacionais e estabelecer contato com os perfis mais atuantes, para os quais solicito contribuição para a pesquisa e convido para conversas via *Skype* ou *Facebook*. Optei por direcionar os/as interlocutores/as para outras plataformas para manter conversas de acompanhamento e não publicar na tese as discussões realizadas no fórum disponível apenas a quem faz parte do grupo. Assim, esse capítulo contará como material de análise alguns textos públicos d'*O LUGAR*, entrevistas e notas de campo sobre os dois encontros presenciais que participei e entrevistas com interlocutores e interlocutoras mais ativos/as nessas instâncias.

Juliana do Prado



@julianaprado

atual há 1 minuto

Atividade Perfil Mensagens 0 Pessoas que acompanho 12 Conversas 8 Fóruns Configurações

Ver Editar Mudar a foto

Sobre este ser

Nome completo	Juliana do Prado
Cidade onde mora:	São Carlos
Estado:	São Paulo
Ação no mundo e interesses em ensinar/aprender:	Olá! Meus interesses estão centrados em conhecimento sobre a relação das pessoas com a tecnologia de forma geral, em especial com comunidades virtuais. Tenho interesse também de aprender sobre novas práticas de conhecimento em rede e os discursos que circulam nesses lugares sobre meditação, artes marciais, etc. Pra mim desenvolver redes deste modo é algo muito novo e desafiador e acredito que eu possa aprender muito conhecendo como as pessoas exploram as potencialidades de suas relações e da tecnologia.
Principal percurso de transformação:	Minhas experiências estão centradas na carreira acadêmica e tive algumas experiências de aula e com tutoria de EaD. Meus projetos se centram em viagens internacionais e aprendizado de novas práticas da mente cotidianas.
Email:	ju.doprado@gmail.com

Fotos dos encontros

Mais: flickr.com/olugar

Nossa aposta

Apostamos em transformação silenciosa sem aba-saba; compreensão do funcionamento da mente e das emoções; fala de coração sem joquinhos; linguagem consensual para falar do que realmente importa, reapropriação do que começamos a terceirizar... Mais princípios ativos →

Quem somos

Como gerar silêncio

Para começar a meditar

00:00 / 24:19

Para receber mais vídeos, assine nosso canal youtube.com/olugar

Figura 2 – Meu perfil pessoal n’O LUGAR

A plataforma está dividida entre os links: “atividade” em que apresenta as últimas ações realizadas pelos/as usuários/as; “conteúdo”, com artigos em sua maioria sobre práticas de meditação, “encontros” em que são divulgados os eventos presenciais, “fórum” com as sessões “Apresentações, atualizações e despedidas”, “Relatos de práticas”, “Diálogo sobre os artigos e vídeos”, “Como ajudar uma pessoa”, “Projetos, trabalhos e sonhos”, “Encontros (organização e aprofundamento)”, “Uma só coisa” e “Organização do lugar”. Por fim, há o item Rede que tem o intuito de despertar, através dos links “To indo”, “Conversas com todo mundo”, “Pessoas” e “Do que posso participar”, uma interação para além dos fóruns, proporcionando que os/as usuários/as possam se encontrar independente dos eventos oficiais.

De acordo com observações, constatei que a demanda pela criação d’O LUGAR está fortemente associada à exaustão de experiências centradas no trabalho corporativista que,

sobretudo, tem limitado as relações sociais no âmbito quase que exclusivo das tecnologias. É frequente observar nos fóruns e nos encontros presenciais como as pessoas se identificaram mais com a proposta da comunidade por proporcionar o estreitamento de relações sociais, rompendo com o que julgavam ser um caráter efêmero de sociabilidades que se baseiam unicamente pelas interações online ou nas esferas do trabalho. Esse fato também contribuiu para alguns interlocutores preferirem participar d'O LUGAR a antiga Cabana, como me relatou Pedro no primeiro dia de evento:

Quando era a Cabana eu não tinha vontade de participar por que era tudo muito centrado na internet e como eu trabalho com TI e já tenho muito contato com computador, me interessei mais pelo lugar por que eles têm a ideia de fazer mais encontros como esse e até um lugar mesmo.

O LUGAR tem reunido, portanto, pessoas que vivem em grandes centros urbanos semelhantes aos usuários da Cabana, cujas pessoas mais influentes e que participam mais ativamente dos eventos presenciais residem em São Paulo. Do número total de participantes, constata-se que grande parcela se trata de pessoas de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Florianópolis, Porto Alegre, Curitiba e Joinville. Além disso, constatei a participação de pessoas que residem no exterior, particularmente, na Austrália.

Algumas pessoas são de origens no interior ou até mesmo em outros Estados e que vivenciam dificuldades de manter relações de confiança em que possam procurar por redes de sociabilidade que compartilhem interesses em comum sem, no entanto, interferir na esfera do trabalho, conforme relatado por uma de minhas colaboradoras, solicitando-me que eu não citasse seu trabalho em minha tese: *“Aqui estou me expondo totalmente, mas não costumo fazer isso. Se você for mencionar sobre meu trabalho, não quero aparecer” (Vivian, 28 anos, mora em São Paulo).*

Isto posto, em um cenário demarcado por experiências sociais de pessoas que estão centradas em rotinas de trabalho exaustivas, chegando a cumprir carga horária de 14 horas diárias, conforme relatado por uma das minhas interlocutoras, os/as usuários/as d'O LUGAR vislumbram através do uso da plataforma estabelecer redes de sociabilidade em que podem obter apoio emocional, estabelecer relações com pessoas de interesses comuns distanciado da esfera do trabalho, assim como compartilhar de um estilo de vida que possa lhes oferecer

suporte para lidarem com a experiência do trabalho focados na prática de yoga, meditação, dança de salão, entre outras através das mídias digitais.

A seguir exploro elementos que tiveram destaque na realização da pesquisa, particularmente no que se refere às esferas do amor, dinheiro e moralidades em torno dos usos das mídias digitais interseccionadas com a experiência nas cidades metropolizadas.

A “logística do amor” como uma nova utopia romântica

Ao longo da realização da pesquisa com *O LUGAR* foram ficando evidentes as noções que permeavam o conceito de amor e que, por conseguinte, determinavam critérios para conduzir as relações de meus/minhas interlocutores/interlocutoras. A despeito de considerá-la como determinante e requisito central para suas experiências, procuravam deslocar sentidos do que consideravam como amor romântico e articulavam outros significados às relações afetivas que transcendem aspectos concentrados unicamente na experiência do namoro ou casamento. Logo, os modelos de relações verificados nesse contexto se baseiam em ideais de parceria e não na supervalorização da própria relação em detrimento de outras. Contudo, as ansiedades em torno da condução da relação afetiva são colocadas no aspecto de projetá-la juntamente com o/a parceiro/a afetivo, de modo que o desenvolvimento desta, assim como o interesse por outra pessoa é definido dentro dos termos em que permite visualizar projetos de vida em comum.

Renata tem 35 anos e mora em Campinas com os pais. Se define como “*um pouco mimada*” por ainda permanecer na casa dos pais, mas alega que é muito cômodo e sua relação com eles é muito positiva. Graduada em publicidade e propaganda, nunca chegou a trabalhar na área, tendo se dedicado à treinamentos de pessoas para a carreira profissional. Desde 2007 administra uma “nano” empresa, mas recentemente deixou o trabalho justificando que: “*não estava contente com algumas coisas e apareceu uma super oportunidade pra eu não fazer nada por um tempo e estou por aí me perdendo desde então (ou me achando)*”. No seu depoimento à respeito de como se interessou pelo *LUGAR* nota-se como houve um percurso pelo qual assimila relações entre as esferas profissionais e pessoais:

Como trabalhava com desenvolvimento profissional e não tem como não ser pessoal e comportamental, nas minhas buscas e estudos achei o Gitti, depois o PDH, Cabana e O

Lugar. Eu trabalhava com pessoas e achava super interessante a ideia de unir todas as coisas que eles diziam que faziam na cabana.

Renata faz parte d' *O LUGAR* desde o início e além de usar os fóruns participa de vários eventos presenciais, envolvendo cursos, palestras e práticas de meditação. Seu uso da plataforma online não obedece a uma rotina restrita e procura aliá-la ao contato presencial que tem com as pessoas que fazem parte da comunidade e residem em São Paulo. Segundo suas palavras: *“tenho mais facilidade em acolher do que ser acolhida então acabo dando muitas sugestões nos fóruns, filmes, livros, comentando publicações de pessoas dizendo onde estou indo”*. Entre os assuntos que mais se identifica e comenta destaca-se término de relacionamento, pois após ter namorado um homem durante sete anos, decidiu terminar o namoro, pois não via muitos planos para a relação:

Na verdade acho que só durou tanto pq eu achava que no final todo mundo tem um problema. Não queria trocar um por outro aí "fui levando". Eu amava o cara, mas nós não nos apoiávamos mutuamente, não sabíamos o que queríamos juntos, não tínhamos um plano, um sonho, nosso laço era o amor. Nesse caso é como se ter só uma perna, aí pular igual Saci cansa pra caramba até que uma hora vc desiste e vai andar com suas próprias pernas, é bem mais fácil, rápido e de certa forma bem mais feliz. Um amigo escreveu isso na timeline dele hj, o amor não é tudo, não pode ser tudo. É só um ingrediente, se não tem o resto não sai bolo. Igual eu namorava esse, nunca mais vou namorar.... rs

A frase que ela se refere se trata de um texto que seria divulgado na revista Vida Simples, da Editora Abril na edição de Maio de 2014:

Muitas pessoas dizem "Quando tem amor, todo o resto se resolve". Mas a realidade é o contrário: é muito mais fácil amar do que conviver de modo logístico com outra pessoa, para que ela apoie sua vida. Casamento é muito mais uma questão de logística e condicionamento do que de amor. Amar a gente pode amar todo mundo: estimular o florescimento do outro. Casar já é mais complicado.

Quando conversamos, Renata tinha participado de um curso recente aos sábados promovido pelo *LUGAR*, chamado *“Resposta padrão para qualquer problema de*

relacionamento”. O curso durava quatro dias e o pagamento deveria ser feito à vista ou parcelado, cujo valor era 749 reais dividido em sete parcelas mensais de 107 reais, ou por depósito à vista com 10% de desconto por 675 reais. A indaguei sobre qual é a resposta padrão evocada no título do curso e ela me respondeu que: “*a resposta padrão é estar sereno, equilibrado, só conseguimos se temos algum tipo de controle da mente. Do contrário caímos nas armadilhas do ciúmes, raiva, vingança, competição, alucinamos para caramba*”. Somado a isto, em nossas conversas em que eu relatava como andava tensa, muitas vezes ela me aconselhava a como lidar com meus relacionamentos, me sugerindo a “*respirar mais*” e soltar a tensão. No intuito de me apoiar, facilidade que Renata diz ter mais do que ser apoiada, ela me enviou uma carta por correio com instruções adquiridas nesse curso d’*O LUGAR* em que continham onze sugestões de práticas a serem efetuadas em momentos de tensão com relacionamentos afetivos⁶².

Recebi a carta no dia três de julho de 2014. Nela, continham onze práticas para melhorar meu relacionamento, impressas em colorido em três folhas de sulfite. À caneta, Renata preencheu algumas partes que devia me indicar para que usar especificamente, onde estava escrito: “*Escrevo de coração para que você possa atravessar essa experiência de relaxar e soltar as emoções. Ofereço algumas sugestões de práticas para você*”. Relaxar e soltar as emoções foram escritos por ela e em alguns trechos da carta há menções de que, caso eu surte com qualquer problema de relacionamento, que ligue para ela.

Esse contexto aponta para como as relações são conduzidas a partir de uma perspectiva que o controle da mente em torno de determinados tipos de emoções e sentimentos constatados no campo como ciúmes, raiva e aflição, é fundamental enquanto meio para se obter equilíbrio e acarretar positivamente na avaliação da relação. As práticas assumem nesse cenário, aspecto prescritivo, no qual apresentam orientações sobre as relações afetivas de modo a conduzi-las como parceria, como fica evidente em uma das prescrições da carta que Renata me enviou:

Transforme-se em parceira: Não queremos namorar, queremos ser felizes. Então, melhor do que ser um bom marido ou uma boa esposa é ser um bom parceiro. Enquanto o namorado diz “Eu desejo que minha namorada seja feliz ao meu lado”, o parceiro diz: “Eu desejo que essa mulher, que calhou de estar por perto agora, seja feliz”. Não faça um voto de se manter

⁶² As dicas eram divididas em: Desista da urgência em resolver; Olhe ao redor; Relaxe; Assuma a responsabilidade; Arrume a casa; Investigue o verdadeiro problema; Equilibre-se diretamente; Desenvolva sabedoria; Cultive o coração; Transforme-se em parceira e Siga encarando tudo como prática.

casado: faça um voto de seguir junto como for melhor. Às vezes é melhor seguir o mais próximo e às vezes o melhor é terminar o namoro ou o casamento, e seguir a relação de outros modos. O grande critério é o quanto a proximidade nos ajuda ou atrapalha em nosso florescimento. A parceria é a única relação para sempre: somos parceiros no começo, no meio, no fim e depois do fim.

Não obstante, a experiência de Renata retrata como critérios para conduzir as esferas pessoal e profissional se misturam no seu interesse pela *Cabana* e pelo *LUGAR*, apontando para como o que ela designa de treinamentos efetuados primeiro a partir da *Cabana* são úteis como desenvolvimento profissional, área que trabalhava pelo menos até o início desse ano. Ou seja, trata-se de esferas inseparáveis em seu discurso, que, em última instância, possuem vocabulários e parâmetros semelhantes e dependem de um mesmo controle da mente conforme me relatou, no intuito de se manter “*sereno e equilibrado*”. O equilíbrio emocional ao qual se refere aparece na carta em que me enviou na intenção de me fornecer apoio, articulado à expressão por ela utilizada de “*relaxar e soltar as emoções*”. Em consonância a isso, tal expressão adquire um sentido em que se contrapõe tanto à sua concepção de trabalho, quanto de relações que fizeram parte de sua experiência. Daí advêm um maior desprendimento de trabalho associados à grandes ou até mesmo nano empresas, já que recentemente saiu do trabalho para se dedicar a outros projetos pessoais como morar um tempo na Austrália ou Canadá, conforme me disse. E, ainda, esses discursos promovem uma revisão de relações baseadas no apego ou apenas no amor, como parâmetro de avaliação de uma boa relação.

Nesse sentido, outro vocabulário é evocado e outros moldes de relações surgem como promessa inserida em práticas e prescrições específicas. À logística do amor, termo que advém do trabalho se soma noções de parceria para definir os termos pelos quais o equilíbrio emocional alia os âmbitos considerados profissionais com pessoais na constituição de um sujeito unificado por esses discursos. Desse modo, a logística conforme sentido atribuído pelo autor que Renata citou, suprime o amor, e como tal pode salvar um casamento, pois pressupõe que uma relação deva ter planos e projetos de vida que se equacionem, inclusive na vida cotidiana. Ou seja, a logística aponta para um fluxo entre pessoas e um ponto em que devam se encontrar, se caracterizando, sobretudo, por interesses e horizontes aspiracionais em comum.

Assim como Renata, Paulo também enfatizou o conceito de logística do amor em nossos diálogos. Com 35 anos, fez faculdade de biologia e mudou-se para São Paulo para fazer pós-graduação. Quando conversávamos, Paulo tinha terminado seu doutorado e entrado como docente substituto de uma universidade pública do interior de São Paulo. Trabalha com biologia e tem intenção de desenvolver um *software* de ecologia para ensino de botânica, plano que, inclusive dividiu n' *O LUGAR* em busca de parcerias para realização, que está tentando adquirir. Paulo fazia parte da *Cabana* quando se iniciou a transição para *O LUGAR* e diz ter se interessado pela comunidade por que, em suas palavras: “*achava que me faltava essa visão mais profunda sobre como me relacionar de verdade*”. Conheceu a *Cabana* após sete meses de terminar seu casamento de cinco anos, período em que também se interessou pelo budismo e começou a praticar em centros budistas de São Paulo. O motivo para o término foi descrito da seguinte forma:

Várias coisas, rs...uma foi a minha vinda pra campinas, a minha companheira continuou em Minas. A tal logística do amor, muito difícil um relacionamento sobreviver a distância. Havia também uma falta de visão da minha parte, um olhar mais profundo sobre como muitas das pequenas coisas do relacionamento podiam ser resolvidas. O casamento tem mais a ver com business and management, do que com o ideal romântico.

Em outro momento de nossos diálogos, Paulo retomou o assunto sobre a logística do amor e refletiu sobre referenciais de casamentos que davam certo em seu círculo social:

Fiquei pensando naquilo que conversamos sobre a logística do relacionamento, da vontade de querer ficar juntos, essas coisas. Tava conversando com um amigo ontem, e perguntei pra ele quais referências ele tinha de casamentos de amigos próximos que davam certo. E concordamos que temos poucos exemplos pertos de nós. Algumas reflexões... A logística hoje é muito mais complexa do que a necessária na época dos nossos pais e avós, mas ao mesmo tempo eu viajo que essas possibilidades todas deveriam também ajudar às pessoas a se encontrarem, aquelas que querem caminhar pra uma mesma direção, mas parece que essas possibilidades, ou melhor a forma como estamos nos relacionado com isso tudo acaba não ajudando para que os encontros aconteçam.

Eu: pq vc acha que a forma como nos relacionamos não ajuda os encontros?

É porque às vezes a gente não tá lá se encontrando, é como se a gente quisesse algo, chegar num lugar, mas ao mesmo tempo a gente quer encurtar a estrada e chegar logo. Acho que o mais difícil é quando vc tem clareza do que quer, mas não encontra alguém que esteja na mesma vibe.

Pelos depoimentos de Renata e Paulo notam-se como as relações afetivas são consideradas a partir de conceitos advindos de administração, como a logística. A relação aparece assim como um negócio, que não necessariamente precisa ter lucro financeiro envolvido, mas que o modo para conduzi-la depende de atributos associados à esfera do trabalho, como capacidade de gerir, pois como afirma Paulo, relacionamento se trata mais de “*Business e management*” do que de amor romântico. Nesse ínterim, os modelos de casamento e/ou namoros fracassados conforme apontados por Paulo são associados a essa falta de logística que tanto aparece em seu discurso, no de Renata e nos fóruns d’ O LUGAR. Por outro lado, esse elemento é colocado de modo muito diferente do que foi para as gerações anteriores, haja vista que a ênfase no trabalho como fundamental para a experiência do sujeito é mais consolidada do que fora em períodos históricos precedentes.

Nesse sentido, vale remeter-se a pesquisa realizada por Miskolci (2013) em San Francisco, na qual atenta para o surgimento de uma nova economia do desejo que se dá pela associação entre espaço urbano, experiências sociais focadas na centralidade da esfera profissional e uso das mídias digitais. As novas configurações do trabalho se articulam com os modos pelos quais a relação afetivo-sexual tem se dado, levando os sujeitos a optarem pela prática do *hook up*, ou seja, de se relacionar sem compromisso, o que pode adiar ou até negar uma relação estável e duradoura. Em suas palavras: “essa nova realidade se vincula a uma profunda transformação não apenas na economia, mas também no trabalho e lazer, os quais, por sua vez, têm impactado a ocupação do espaço urbano assim como na transformação de seus fluxos” (MISKOLCI, 2013, p. 5). Segundo o autor, nesse contexto específico, os aplicativos de busca de parceiros – mais expressivamente os que se direcionam para públicos homoeróticos – aliam-se a ocupação do espaço urbano e, concomitantemente a isso, estabelecem novas formas de se relacionar afetiva e sexualmente que se juntam à novas configurações de trabalho dentro de setores da economia baseados em tecnologias.

Na conjuntura apresentada sobre meu campo de pesquisa com *O LUGAR*, de modo semelhante ao constatado pela pesquisa de Miskolci em quadro norte-americano, há mudanças no que se refere à experiência com o trabalho, que se dão de modo diferente do que

em gerações anteriores, já que a esfera profissional passa a ser vista não apenas como meio para atingir sustento material, mas como importante área de realização subjetiva e até emocional. Essas mudanças aliam-se ao modo pelo qual meus/minhas interlocutores/as concebem as relações afetivo-sexuais, trazendo inclusive termos que aludem à esfera profissional.

Nesse aspecto, a logística é transferida do trabalho para colocar elementos de avaliação sobre a condução e gestão das relações, se contrapondo, nesses discursos, aos ideais de amor romântico. Instauram-se outros ideais em substituição aos considerados românticos, que podem se basear em projetos de vida em comum, ancorados em “*planos e sonhos*” que guiam a relação. Entretanto, esses sonhos têm limites como os colocados por Paulo, na medida em que, em seus termos, “*a gente não tá lá se encontrando, é como se a gente quisesse algo, chegar num lugar*”. *O LUGAR*, por sua vez, colabora na desconstrução dos ideais de amor romântico, mas transfere essa referência para a noção de logística.

Por fim, talvez o lugar que Paulo se refere adquira sentido quando se remete ao encontro de pessoas com planos e interesses em comum em um mesmo horizonte aspiracional, cuja rede de sociabilidade e apoio emocional constituída pela comunidade de *O LUGAR* pode lhe oferecer, aludindo a um espaço em que seja efetivamente possível “*se encontrar*”, principalmente alguém que esteja na mesma “*vibe*”, sinalizando a ideia de projetos de vida em comum. Assim, se no contexto analisado por Miskolci, os usos dos aplicativos davam a tônica para essa nova ética sexual, no contexto dos meus interlocutores, *O LUGAR* assume essa posição, no entanto, ao invés de suprimir as relações como referências importantes de estabilidade a partir da prática do *hook up*, as consolidam a partir de novos conceitos.

A nova ética, mesmo que relacione vida profissional, centros urbanos, novas gerações e usos das mídias digitais, aponta, ao menos para meus interlocutores/as para uma valorização da relação amorosa, desde que seja articulada à valores e noções advindos do trabalho, em cenário predominantemente heterossexual.

Além disso, vale recuperar a reflexão de Eva Illouz (2011, p. 47) sobre literatura de aconselhamento a partir dos anos 1980 para colaborar no entendimento de como noções de gestão e administração das emoções fundamentam em grande medida o conceito de logística do amor no meu campo de pesquisa. A autora verifica nesse tipo de literatura interfaces entre o feminismo e a psicologia, de modo que ambos colaboraram para tornar a esfera íntima em objeto de avaliação e racionalização no sentido de promover mais equidade nas relações

afetivas. Seu argumento é de que a racionalização implica uma intelectualização da vida cotidiana ou, em outras palavras:

O controle dos sentimentos, o esclarecimento dos valores e metas do sujeito, o uso da técnica do cálculo e a descontextualização e objetificação dos sentimentos, tudo isso acarreta uma *intelectualização* dos laços íntimos, em nome de um projeto moral mais amplo: criar igualdade e trocas equitativas, mediante o engajamento numa comunicação verbal implacável sobre as necessidades, os sentimentos e as metas do indivíduo. Tal como na empresa, aqui a comunicação é um modelo de e um modelo para, que ao mesmo tempo descreve e preserva relações. A incompatibilidade sexual, a raiva, as brigas por dinheiro, a distribuição desigual das tarefas domésticas, a incompatibilidade de gênios, os sentimentos secretos, os acontecimentos da infância – tudo isso tem que ser compreendido, verbalizado, discutido, comunicado e, dessa maneira, segundo o modelo da comunicação, resolvido (ILLOUZ, 2011, p. 52).

Isto posto, *O LUGAR* aparece como uma espécie de guia através de seu conteúdo, curso e até mesmo de discussões nos fóruns que norteiam as concepções de relações de meus/minhas interlocutores/as. Contudo, Paulo e Renata, por já conhecerem essa rede há mais tempo, dominam de modo mais acentuado esse vocabulário, assim como a dinâmica das relações pela comunidade, de modo que parecem mais oferecer do que solicitar por apoio emocional. Isso não parece acontecer com Renato e Gabriel, que conheceram as pessoas que compõem *O LUGAR* e até fizeram parte da *Cabana* há menos tempo, o que os motiva mais fortemente a buscar por apoio emocional e suas participações não se apresentam de modo tão acentuado, especialmente sobre a mobilização de conceitos, discursos e práticas recorrentes. Para esses interlocutores, mesmo em graus diferentes, foi perceptível pelos fóruns como estavam encontrando tais referenciais apenas a partir dali enquanto que em nossos diálogos estes não apareciam de forma tão contundente. Ainda, ambos demonstraram aliar o apoio d’*O LUGAR* com outras modalidades no intuito de constituírem competências relativas às relações que, de modo similar aos sujeitos da pesquisa de Carolina Branco de Castro Ferreira (2012:13) se situam para além desse universo em específico.

No caso da autora, ela verifica que nas relações produzidas pelos grupos de ajuda mútua, “os modos de organização nativa que dispensam a presença de especialistas, tais como psicólogos/as, médicos/as, etc.” (FERREIRA, 2012: 16-17). Reconstituindo o percurso de produção de moralidades e éticas afetivo-sexuais, a autora revela, por conseguinte, fluxos de sujeitos e significados por meio da articulação entre práticas de ajuda-mútua, discursos de autoajuda e produção de saberes institucionais pelas áreas relacionadas à medicina. No meu

campo, esses fluxos permitem aos meus/minhas interlocutores/as avaliar as relações e com isso, construir fluxos de apoio emocional possíveis aliados à outras modalidades, como psicólogos e grupos de ajuda mútua.

Renato tem 31 anos, mora em Curitiba e é biólogo. Trabalha como pesquisador em uma instituição de pesquisa e pretende fazer mestrado em breve. No período em que conversamos me relatou que tinha se casado há poucos meses quando encontrou *O LUGAR* e estava vivenciando problemas no casamento por conta do que caracterizou como falta de parceria de sua parte:

Hoje estamos enfrentando a dureza da vida a dois, motivo que me fez entrar para O Lugar. Eu acho que lá pode me ajudar a desenvolver de fato um olhar mais de parceria. Ao mesmo tempo, acho que com a prática de meditação, uma melhor compreensão do meu entorno. Quando eu li o texto de parceria, eu realmente achei algo. Acho que, meio já exercia isso em algum nível. Com o texto eu percebi que aquele é a melhor maneira de levar a vida. Me inscrevi também por conta das rodas de embate. Imagino ser um bom lugar pra conseguir resolver problemas. Eu também fui atrás de psicólogo. Estou fazendo terapia já há umas 6 semanas. Uma coisa que eu descobri, indo ao psico, é a razão de estarmos na situação que estamos. Agora o sintoma está claro pra mim. Ironicamente o problema que estamos tendo é por falta de parceria. Falta de parceria minha. E eu achando que estava sendo parceiro, mas hoje vejo que não. Agora preciso descobrir o motivo disso.

O cerne dos problemas enfrentados por Renato em seu casamento se tratavam, em sua perspectiva, da organização das tarefas domésticas. No intuito de deixar a esposa menos irritada possível, ele colaborava com as tarefas domésticas, no entanto, acreditava ser esse um grande avanço para sua relação, ao passo que para sua esposa, havia um contexto de dependência e falta de diálogos muito grande de sua parte. Renato levou seus problemas aos fóruns d' *O LUGAR* para solicitar ajuda e as pessoas levantavam o aspecto relacionado à logística do amor. Algumas indicaram textos, o sugerindo a meditar, ter calma e não deixar as conversas para depois. Outras mais enfáticas falavam em logística do amor e compartilhavam experiências cotidianas, apontando para o fato de que também deva haver o que denominam de “*sonho compartilhado*”. Ao longo do fórum, Renato respondia dizendo que havia tentado de tudo e, com isso, algumas pessoas surgiam e rebatiam argumentando que sua postura se colocava num sentido de evitar tomar qualquer atitude que lhe fosse sugerida.

Após um período de afastamento d' *O LUGAR*, retomamos nossos diálogos e Renato, já separado da esposa, me dizia que “*estava saindo da turbulência*”, resolvendo seu divórcio e conseguindo evoluir no seu trabalho. Entretanto, sua menção sobre *O LUGAR* estava diferente de quando começamos a conversar, no início de seus usos da comunidade. Em sua experiência, não havia sido muito relevante sua participação:

Eu não participei dele [do fórum], não fui em outros tópicos. Basicamente eu fui lá tentar achar uma luz pra mim. Tentar entender o que tava acontecendo comigo. Mas faltou a parte de ter a experiência dos outros. De certa forma acabou como sendo um psicólogo. Um com várias faces, já que mais de uma pessoa escreveu coisas no meu tópico. Mas ao mesmo tempo eu também comecei a fazer terapia com uma psicóloga. Acho que isso também influenciou eu ter abandonado o Lugar. Afinal nela eu pagava, falava, e era ouvido. Acho que no Lugar também me faltou esse imediatismo e o contato humano. Foi legal ter conhecido pessoas, mas isso também não é exclusividade de lá. Lá eu também tive algumas dicas de meditação, mas novamente não foi o único lugar que eu obtive isso. Era um interesse antigo e que minha condição emocional da época acabou catalisando. Foi nessa época que eu comecei a tentar buscar mais informações. E o Lugar foi um dos locais que eu obtive informação, pois tem gente que faz. Acho que na meditação foi o que o lugar mais me ajudou. Por ter sido um lugar onde eu pude tirar dúvidas. Fazer perguntas e ter respostas.

Os usos que Renato fez d' *O LUGAR* com a finalidade de resolver os problemas de seu casamento e desenvolver mais parceria, conforme relatado, parecem não terem sido suficientes na constituição de noções e moralidades que pudessem auxiliá-lo a continuar a relação, o que aponta provavelmente para sua insatisfação com a comunidade. Junto a isso, Renato demonstra não ter assimilado o vocabulário específico utilizado para definir os limites de uma boa relação, como fica evidente em sua resistência a receber o apoio pelas pessoas que respondiam ao fórum por ele iniciado. Todos esses aspectos, além do fato de ter que pagar para usufruir d' *O LUGAR* e não ter tantos encontros presenciais que pudesse participar contribuíram em sua experiência com essa rede de sociabilidade, para preferir por apoio emocional calcado em outras modalidades, como o psicológico que, inclusive, em seu discurso, estaria mais propenso a se circunscrever ao imediatismo e contato humano direto que lhe eram necessários.

Nesse aspecto, *O LUGAR* demonstra a partir de sua dinâmica, que não atinge completamente todos/as usuários/as quanto aos seus discursos sobre as relações afetivas, culminando na busca por outras formas de apoio. Essa conjuntura aponta para como as pessoas que indicam já estarem mais familiarizadas por essa rede de sociabilidade, seja por participarem mais efetivamente dos encontros presenciais e conhecerem outras pessoas que fazem parte dela, seja por terem feito parte da *Cabana*, sustentam mais efetivamente as moralidades ali suscitadas, em específico, se tratando da logística do amor que pela experiência de Renato com seu casamento não funcionou.

O caso de Gabriel também é indicativo de como os usos d'*O LUGAR* por alguns interlocutores se uniu aos grupos de ajuda mútua que frequenta desde os 18 anos quando acreditava estar se consolidando como alcóolatra, problema comum em sua família. Com 26 anos, secretário de uma escola pública de Diadema, na região metropolitana e estudante de direito, terminou um relacionamento de cinco anos, o qual se caracterizava como “*co-dependente*”, em seus termos, motivando-o a procurar por apoio primeiramente pelo Google, como explica:

Eu estava em um momento tão conturbado entre abril e maio que decidi procurar ajuda no Google, qualquer dúvida que eu tinha lançava a pergunta no site. Ele foi meu conselheiro, por mais absurdas que fossem minhas perguntas, o bendito sempre tinha resposta..... rrsr e acabei chegando no Papo de homem e quando vi o vídeo de apresentação do OLUGAR, fiquei maravilhado com a oportunidade de poder me restaurar, passei a assistir o vídeo todos os dias e todos os dias me emocionava. então acho foi algo do tipo como superar o término de um relacionamento, ai apareceu a coluna do DR. LOVE no papo de homem, ai depois vi o link na página da CABANA. ai como já tinha encerrado, fiz a inscrição para o lugar.

O próprio percurso de Gabriel que o levou à plataforma d' *O LUGAR* se mostra diferente de outros sujeitos que compuseram a pesquisa tanto da *Cabana* quanto desta última que se aproximaram por meio de blogs pessoais de coordenadores das comunidades. Pelo *Google*, modo semelhante pelo qual as interlocutoras de Lara Facioli (2013, p. 23) também desembocaram na plataforma de ajuda mútua feminina *Bolsa de Mulher*, Gabriel chegou primeiramente ao *Dr. Love* e posteriormente à *Cabana* e ao *LUGAR*, demonstrando como houve um direcionamento para apoio em plataformas que eram inicialmente dirigidas ao público masculino. Além disso, Gabriel revelou na entrevista que aliava os usos d'*O LUGAR*

com grupos de ajuda mútua como o AA – Alcoolicos anônimos e o NA – Narcóticos anônimos, este último onde pôde partilhar experiências mais relacionadas ao seu namoro e até entender sua situação de co-dependência, termo que utilizava com frequência para avaliar sua antiga relação:

O AA frequentei, pois realmente estava tendo um certo descontrole com a bebida e como tenho casos de alcoolismo na família, decidi buscar ajuda antes que o problema se agravasse e no NA foi em razão de um rompimento em um namoro de cinco anos, aonde cheguei a um estágio de co-depedência da minha ex, e tbm já não conseguia lidar com os problemas familiares, e como não tenho muitos amigos e nem me sentia confortável para conversar com familiares decidi ir ao N.A. Os grupos são importantes pq não há julgamento por parte das pessoas que te ouvem, só há apoio, ninguém acha que aquilo que vc diz ter é fraqueza, falta de vergonha na cara, estupidez. Tudo é apoio, conversa, atenção, tudo o que uma pessoa que está debilitada precisa. E na minha opinião olugar tem certa semelhança, devido a procura que as pessoas fazem de alguma coisa que possam lhes ajudar. Mas é um espaço mais profundo, pois a cada novo integrante, nos deparamos com uma história ou um problema diferente, já no AA e no NA por mais diferentes que sejam seus membros todos tem o mesmo objetivo.

Se nos grupos de ajuda mútua Gabriel conseguiu elaborar sentidos para sua experiência afetiva de término do namoro, chegando a conceituá-la enquanto co-dependência emocional, por meio d'O LUGAR ele conseguiu conhecer pessoas e embarcar em novas amizades e interesses em comum que lhe faltavam tanto, já que pela sua descrição no fórum, aparece o quanto estava isolado socialmente, sem amigos com os quais pudesse compartilhar experiências e até “*programas sociais*”, em suas palavras. Ou seja, a partir do momento em que há identificação nos grupos de ajuda mútua sobre os problemas de sua relação que ocasionaram o término, ele junta os usos desses grupos com a rede d'O LUGAR para adquirir competências para avaliar sua relação. Por conseguinte, procura modificar os parâmetros do que pode ser considerado uma relação bem sucedida dentro dessas moralidades, articuladas aos discursos de logística, entre outros elementos que abordarei adiante, tão presentes na comunidade.

No caso de Renato, os fluxos em torno da busca por apoio emocional, levando-o a buscar por psicólogo o distanciaram d'O LUGAR, afirmando a expertise profissional enquanto

possibilidade maior de proporcionar apoio emocional. Já para Gabriel, o fluxo representado pelos grupos de ajuda mútua e a comunidade lhe forneceram “bens emocionais” – nos termos de Ferreira (2012, p. 138), para lidar com sua insuficiência de sociabilidade e com a co-dependência, em seu discurso.

No que diz respeito à dependência nos relacionamentos afetivos, ainda é possível observar o quanto a comunidade parte de princípios que promovem dinâmicas mais individualizadas nas relações com o objetivo de não reduzi-las apenas na experiência do casal. Mesmo que ainda se trate de um contexto em que a monogamia revelou ser preponderante, há questionamentos referentes a modelos de relações baseados na relação enquanto esfera da vida que ofereça apoio exclusivo e único horizonte aspiracional.

Assim, foi possível observar que entre as temáticas que prevaleciam nos fóruns se tratavam das que refletiam sobre as limitações das relações. Entre os pilares que sustentam o ideal de relações d’*O LUGAR*, o que mais se destaca refere-se ao desapego, no qual se ancora um processo de individualização e desprendimento da relação afetiva enquanto única possibilidade de realização subjetiva e até horizonte aspiracional. A observação dos fóruns permite constatar como esse tipo de interação torna mais sólidos os argumentos em torno do equilíbrio das energias corporais que excedem os âmbitos da individualização, apenas conquistada nesse discurso, quando o sujeito se livra do apego ao parceiro/a. Além disso, os questionamentos diante das noções de “*felizes para sempre*” e “*segurar a barra*”, mais associados às mulheres são colocados no sentido de refletir sobre os pesos emocionais desigualmente divididos entre os gêneros que sustentam-se nos ideais de amor romântico.

Em síntese, o nível de desapego é o que mede a capacidade de que a relação possa ser experienciada enquanto sua possibilidade de despertar individualização avaliada a partir, inclusive, do equilíbrio das energias corporais que podem despertar. O desapego proporciona uma logística mais efetiva, na medida em que possibilita que a relação seja construída a partir de horizontes em comum e não de dependência emocional. Portanto, o que essa rede de sociabilidade proposta pela comunidade d’*O LUGAR* oferece são discursos e práticas que colaboram na construção de competências individualizadoras no que se refere à condução das relações afetivas, de modo a desenvolver concomitantemente sentidos de colaboradores entre o casal, aludindo à esfera profissional, que favoreça na constituição de uma logística que administre a relação.

A conjuntura apresentada também demonstrou indagações sobre a experiência de ter filhos, desviando sentidos sobre a paternidade e maternidade. Várias postagens nos fóruns

indagavam sobre o “*papel*” em torno de ser pai ou mãe, como se nada além disso fosse possível após a pessoa ter um filho. O campo revelou que para o público atingido pela comunidade a família aparece como um projeto não exclusivo e não necessariamente tido como norteador de horizontes aspiracionais como para as mulheres que usam o blog *Cérebro Masculino* para obterem apoio emocional. Para estas últimas, a família aparece enquanto possibilidade de alcançarem individualização baseada no fato de que a partir dela terão acesso à seus bens próprios não associados completamente à suas famílias de origem, o que as torna muitas vezes, como visto pelos conselhos, alocadas a posições subalternas nas relações. Enquanto para o público d’*O LUGAR*, a constituição de uma família, somado à paternidade ou maternidade apresenta, ao menos inicialmente, temores de que possa corromper atributos de individualização já adquiridos, prejudicando a realização de projetos individuais. Entretanto, as experiências não aparecem avaliadas sem considerar o gênero, haja vista que quanto aos projetos individuais, se mostrou particularmente mais intenso para o homem que se tornaria pai, enquanto para algumas mulheres que participavam dos fóruns, mais uma vez o aspecto de gênero e social que define os pesos diferenciados em torno da família foram colocados, o que revela como as marcas de gênero são apenas constatadas quando as mulheres se manifestam.

Assim, a família surge no campo d’*O LUGAR* enquanto esfera concebida apenas na medida em que é possível aliar projetos individuais e não apenas se constituir de modo centralizado na experiência, de modo que as identidades de pai, mãe, filho e filha não são colocadas de modo fixo, possibilitando fluidez maior perante o contexto das leitoras do *Cérebro Masculino*. Para muitos/as usuários/as, essa família vista como tradicional, configurada a partir de pai, mãe e filhos, é questionada enquanto única possibilidade de se relacionar, já que não se apresenta nesse contexto como molde de suas experiências. Alguns participantes relatavam no fórum que vinham de famílias de mães solteiras ou pais divorciados, um dos fatores que os permitem reconfigurar os sentidos e arranjos da família, além de terem passado por situações de divórcio e traição. Se na *Cabana*, a experiência de meus interlocutores foi marcada por sujeitos que estavam em conflito com os referenciais de masculinidades advindos da família, concomitantemente aos usos da tecnologia e estigmas em torno disso, n’*O LUGAR* o público já mais adulto transcende os limites da família nuclear e do amor romântico enquanto únicas possibilidades de arranjo afetivo e de parentesco.

Nesse cenário permeado pelos pilares que definem a relação afetiva como logística do amor, desapego e modificação no que se refere à composição e experiência familiar, se

estabelece outra noção de amor que os/as participantes contrapõem ao amor romântico: o amor genuíno, conceituado a partir do referencial da monja Jetsunma Tenzin Palmo, entrevistada pela coordenação d'O LUGAR, cujo trecho de entrevista apresento abaixo:

Sabe, o apego é como segurar com bastante força. Mas o amor genuíno é como segurar com muita gentileza, nutrindo, mas deixando que as coisas fluam. Não é ficar preso com força. Porém é muito difícil para as pessoas entenderem isso, porque elas pensam que quanto mais elas se agarram a alguém, mais isso demonstra que elas se importam com o outro. Qualquer tipo de relacionamento no qual imaginamos que poderemos ser preenchidos pelo outro será certamente muito complicado.

Dessa forma, a rede de sociabilidade apresentada pelo campo d'O LUGAR revelou-se permeada de discursos, conceitos e valores a respeito das relações afetivas que buscam destoar das concepções vinculadas ao amor romântico, marcada nesse discurso mais pelo apego do que por planos em comum. Os excertos acima corroboram para um cenário de mudanças referentes à vida profissional que se relaciona com a afetiva e elabora novos sentidos para o amor. Na medida em que a partir do entendimento de que os contextos profissionais podem gerar situações de insegurança e até de insatisfações subjetivas no que se refere ao trabalho, a centralidade da experiência é colocada no próprio sujeito, o preservando de qualquer tipo de apego, inclusive afetivo.

O amor genuíno, expressão comum constatada no campo de pesquisa e conceituada a partir do trecho acima, aparece enquanto nova utopia romântica – nos termos de Illouz (1997, p. 48) que abrange esse contexto. De acordo com o argumento de Illouz, o mercado de massa capitalista oferece rituais e elementos definidores da utopia romântica e com isso inaugura o amor romântico enquanto esfera a partir da qual é possível conquistar felicidade individual, sobretudo através do consumo. O LUGAR parte de um mercado segmentado, que promove redes de sociabilidades, discursos e práticas para um público mais familiarizado com discursos de cunho budistas e com a busca por apoio emocional em outras instâncias, haja vista que a maioria de seus/as participantes já fizeram parte da *Cabana* ou fazem terapias individuais com psicólogos presenciais. Nesse âmbito, a comunidade reúne pessoas que já experienciaram as utopias do amor romântico, particularmente no que se refere ao acesso à bens de consumo e lazer. Não satisfeitas com essa concepção de amor que define as relações, junto à busca de realização subjetiva pelo trabalho, articulam sentidos da logística,

configurada enquanto projetos de vida e horizontes aspiracionais em comum que facilitam a condução da relação, com desapego e amor genuíno para aliarem-se com pessoas que se encontram pelos mesmos interesses a partir dessa rede. Em síntese, na rede d'O LUGAR, a centralidade do trabalho cria uma nova utopia romântica na qual o ideal seriam relações “flexíveis” assim como as relações de trabalho em que se inserem os/as usuários/as. Nessa nova utopia romântica seria possível experienciar relações afetivas, se vincular em parceria, e ao mesmo tempo manter a individualidade. Trata-se de um ideal afeito às suas ocupações e experiências profissionais, mas cujas práticas cotidianas ainda tendem a tensionar, o que leva ao uso de tal apoio emocional.

Enquanto para as mulheres que buscam por apoio pelo *Cérebro Masculino* a utopia romântica se dá pelo acesso recente a bens de consumo e lazer, para o público d'O LUGAR, essa utopia articula sentidos, discursos e práticas articulados ao consumo de outro tipo de apoio emocional, bem como de outras formas de se encontrarem, não centradas exclusivamente no lazer massificado. Em síntese, essas pessoas demonstram se encontrar agora a partir d' O LUGAR, que demonstra reconfigurar uma zona “heterossocial do lazer” – nos termos de Illouz (1997, p. 30) que emergiu pelas práticas de consumo e lazer massificado. Contudo, n'O LUGAR se trata de uma zona heterossocial não tão marcada pelo lazer, mas pelos discursos e práticas budistas.

Pó mágico: dinheiro e trabalho como realização subjetiva

Hoje em dia nossa vida financeira é um assunto mais íntimo do que nossa vida sexual. A enorme quantidade de livros, blogs, softwares e métodos de finanças pessoais parece não fazer cócegas na inércia silenciosa de alguns endividados (que precisam de uma rede onde se fale abertamente sobre dinheiro) e mesmo de alguns abastados (que usam o dinheiro para sobreviver e se divertir, sem nunca alavancar percursos com propósito).

A citação acima se refere ao convite de um curso d'O LUGAR cujo tema central é dinheiro, concebido enquanto assunto tão íntimo que se equipara a sexualidade. Tal como esta última, o dinheiro assume posição na comunidade como se revelasse a verdade do sujeito, especialmente sobre o modo como gere duplamente suas emoções e finanças. Sob intervenções de discursos, se fundamentam práticas com a finalidade de administrar esse

âmbito e proporcionar redes “*onde se fale abertamente*” e, pelas quais se escrutinam seus usos, conforme consta acima. Aliado ao uso do dinheiro estão projetos profissionais que se mesclam com a rede d’*O LUGAR* para ganhar suporte de execução. As incursões nos encontros presenciais e fóruns demonstraram, inclusive, como usuários da antiga *Cabana* tiveram atuação mais promissora agora n’*O LUGAR*, assumindo posições que chamam de “*caseiros*” – termo alusivo de anfitriões - se referindo às pessoas que coordenam as atividades na plataforma online e como também obtiveram maior visibilidade de seus empreendimentos profissionais executados conjuntamente por meio de parcerias com *O LUGAR*, como editoras, professores de artes marciais e yoga, micro-empresários, músicos e psicólogos.

Os cursos oferecidos são indicativos desse processo, pois se quem os ministra, em sua maioria, são pessoas que já fazem parte dessa rede de sociabilidade e a partir dela conseguem colocar em prática projetos profissionais deste tipo. Na sua maioria, realizados em São Paulo, conforme vão adquirindo maior visibilidade e rendimento financeiro desembocam em outras cidades como Rio de Janeiro, Porto Alegre, entre outras. Os valores pagos pra se inscrever em cada curso são conceituados como contribuição que apoia as atividades d’ *O LUGAR* e de quem ministra as aulas, coordenadores d’*O LUGAR*, geralmente realizadas aos finais de semana ou uma vez por semana durante um mês.

Ainda que muitas pessoas não se envolvam diretamente com os cursos d’*O LUGAR*, já na primeira incursão etnográfica do encontro nacional de inauguração da comunidade foi perceptível o modo como a experiência profissional é colocada de modo a definir sujeitos, aspirações e objetivos com essa rede. No primeiro dia de encontro conheci Pedro, de 25 anos, que logo me afirmou o quanto se interessava mais por essa rede agora do que quando era *Cabana*, pois *O LUGAR* tinha acoplado a ideia de desenvolver mais encontros presenciais, já que trabalhava com tecnologias de informação em uma empresa de programação em São Paulo. Depois de trabalhar em várias empresas em rotinas exaustivas, que na sua visão, apenas visualizavam o trabalho e não o trabalhador, agora está trabalhando em uma empresa menor, a qual tem a oportunidade de desenvolver práticas de meditação e até dar palestras sobre democracia e política. Pedro relatou que descobriu, segundo suas palavras, que “*não era a área de TI que eu não gostava, mas o modo como se trabalha ainda em algumas empresas, sem vínculo nenhum com as pessoas*”. Bernardo, outro participante que conheci, tinha acabado de voltar ao Rio de Janeiro depois de trabalhar um mês com o marketing de uma pousada em Pernambuco. Agora se diz mais satisfeito trabalhando em uma pequena editora em São Paulo, a qual pode unir seus interesses e hobbies particulares. No último encontro,

inclusive, Bernardo se propõe a checar com a empresa onde trabalha a possibilidade de usar uma sala para as atividades *d'O LUGAR*. Renata, por sua vez, já inicia sua conversa comigo comentando que tinha entrado na *Cabana* sem nem notar que era direcionada para homens, pois como se interessava por desenvolvimento de pessoas, neurolinguística, meditação e psicologia, tentou se inscrever, por que via possibilidades de levar os treinamentos efetuados na comunidade para a empresa em que trabalha.

Até esse primeiro momento de entrada n'*O LUGAR* foi possível observar o quanto a experiência dos participantes estava centrada no trabalho como possibilidade de alcançar realização subjetiva, ou seja, enquanto meio de obterem não apenas sustento, como também estabelecerem vínculos mais profundos entre as pessoas e, sobretudo, incorporar seus interesses particulares para fomentarem o bem da empresa como um todo, como nos casos acima. O discurso corporativista empresarial ganha, nesse sentido, mais ênfase no desenvolvimento de habilidades do sujeito que, articuladas, podem reelaborar significados em torno do trabalho em conjunto e, na concepção de meus/as interlocutores/as, lhes fornecer pilares de sustentação subjetivos para seus projetos de vida, calcados em mais flexibilidade de trabalho, relações e focado na individualização do sujeito. Destarte, a rede estabelecida pelo *LUGAR* lhes oferece oportunidades de obterem apoio emocional coletivo para avançarem individualmente em suas vidas profissionais, afetivas e constituírem mais sociabilidade por meio de interesses em comum.

Além disso, o modo como os/as participantes lidam com a esfera profissional é avaliado nesse contexto como indicativo do modo como conduzem suas experiências consigo mesmo e socialmente. Sintomático desses aspectos são ocorrências no fórum e no terceiro dia de encontro de inauguração d'*O LUGAR*, a partir da prática que denominam de “roda de embate”, em que cada pessoa se apresenta e relata o que procura pela comunidade. Nesse dia, os depoimentos revelaram experiências cansativas e/ou de insatisfações com trabalhos “*corporativistas*”, termo que usavam para descreverem trabalhos em grandes empresas. As pessoas tiveram a oportunidade de contarem um pouco de sua história, inclusive eu que pude me apresentar e contar um pouco do meu trabalho, que pelo visto era objeto de curiosidade muito grande ali. Essa prática foi interessante, sobretudo, por ser um modo de avaliar o que julgavam central em suas experiências que pudesse ser expostas naquele espaço. As primeiras experiências relatadas eram sobre seus trabalhos, especialmente de pessoas exaustas de trabalhar jornadas diárias de mais de 14 horas, que apenas após retiros budistas puderam descansar e rever a profissão, além de relatos de projetos profissionais. Destacaram-se

projetos que envolvem formação de pequenas empresas que atendam outras empresas ou que se situem nos setores de tecnologias e serviços, como *start ups*⁶³, empresas de vestuário sustentáveis, editoras cujo objetivo seja publicar livros de autores ainda não conhecidos, trabalhos em banco que fomentam micro-empresas a crescer, escrever textos e participar de coletivos de apoio mútuo estavam em torno dos relatos que surgiram. Depois de fazer minha apresentação, algumas ideias surgiram de publicar minha tese, de modo que fui imediatamente convidada a fazer parte daquela rede, e essa interpelação foi também pela minha atividade profissional, como das outras pessoas presentes.

Os discursos visualizados tanto na plataforma online quanto na inserção presencial em campo revelam o quanto a esfera profissional assume significados simbólicos associados ao desenvolvimento subjetivo dos/as participantes. *O LUGAR* surge como válvula de escape para experiências frustradas por possibilitar o estabelecimento de outras redes coletivas em que empreendimentos e ideias profissionais possam ser divididas e até colocadas em prática. Em última instância, essa rede pode substituir, em certa medida, a experiência desapontada para muitos/as participantes, que as instituições para as quais trabalhavam ocupavam. Caso contrário, pode apenas lhes fornecer elementos subjetivos para continuarem trabalhando e tentarem, no escopo de seu alcance, modificar algumas práticas dentro das empresas que trabalham, como Pedro, cujo relato supracitado, revelou seu anseio de levar meditação e cursos semelhantes aos que vê n' *O LUGAR* para onde trabalha.

Além disso, vale observar metodologicamente como fui interpelada para fazer parte dessa rede profissional, como medida de meu comprometimento e também análise de meu comportamento nessas instâncias, sobretudo, para aferir se eu estaria disposta a promover a comunidade. Portanto, o trabalho é colocado nessa conjuntura enquanto provedor de suporte subjetivo, no qual deve ter sentido simbólico mais profundo articulado à ideais mais afeitos à percepção subjetiva dos indivíduos que podem fomentar maior coesão entre os colegas. A rede d' *O LUGAR* aponta, desse modo, para realocação de sentidos corporativistas para além das que refletem apenas a empresa destituída das pessoas que fazem parte dela.

Em cenário cujo trabalho adquire significados subjetivos, ganhar dinheiro também se apresenta vinculado à realização de planos que exacerbam os limites do consumo de bens apenas. Ou seja, dinheiro aparece não apenas como fim, mas como meio, através do qual é possível gerir a experiência material e íntima do sujeito, como colocado pela epígrafe que abre esse subitem. Assim, esse tema parece de modo positivado enquanto modo de produzir

⁶³ Startup é uma empresa, que pode ser embrionária ou ainda em fase de constituição, que conta com projetos ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras.

individualidades subjetivadas pelos discursos que evocam as potencialidades do dinheiro para modificações subjetivas e até como medida de avaliação de como conduzir a experiência. Relativo a esse aspecto, *O LUGAR* elaborou quatro edições de um curso chamado “*Pó mágico: Como mudar nossa relação com o dinheiro e torná-lo um aliado?*”, ministrado por um dos coordenadores, especialista em psicologia econômica que investiga a relação das pessoas com o dinheiro. No texto convidativo sobre o curso, constavam alguns tópicos que seriam tratados sob determinada perspectiva, como se observa pelo excerto abaixo:

O fato é que, mais do que economizar ou ganhar melhor, precisamos mudar nossa relação com o dinheiro. Mais do que enxergá-lo como algo negativo ou positivo, precisamos enxergá-lo como um termômetro, como um processo inseparável do modo como vivemos e nos relacionamos. Com esse outro modo de usar o dinheiro, fica mais fácil planejar, calcular, enfim colocar a mão na massa.

[...] É para quem tem um sonho e quer entender como o dinheiro pode servir de corrimão, e também é para quem está pairando por aí, sem entender muito bem para qual direção seguir, e quer utilizar o dinheiro para evidenciar esse processo todo e sair desse ciclo.

Um pouco das visões e perguntas por trás do trabalho que faremos:

Você sabe ganhar dinheiro oferecendo ao mundo suas melhores qualidades? Muitas pessoas ganham dinheiro com suas habilidades menores e acabam não tendo tempo de cultivar e oferecer o que elas tem de melhor.

Pesquisas e experimentos em psicologia e economia comportamental escancaram nossas cegueiras e viram lindas palestras no TED, mas é possível superar em algum grau esses condicionamentos?

Seu dinheiro consegue comprar seu tempo?

Nossa relação com o dinheiro pode ser usada como um termômetro de nosso mundo interno.

Quanto do seu dinheiro você consegue aplicar ao que realmente importa?

Deixando de lado todas as camadas, todo o moralismo, toda a convenção social de que “o dinheiro é sujo”: ganhar dinheiro é o principal objetivo da sua vida? E quando você ficar rico, o que você vai fazer? Não dá para começar a fazer isso agora?

Ainda nessa discussão sobre dinheiro, destacam-se práticas suscitadas aos participantes d’*O LUGAR* para administrarem suas finanças, como para começar uma reserva financeira, com o objetivo de oferecer subsídios e dicas para a gestão do dinheiro. Por meio da percepção de que o uso deste último se refere mais a emoções como carência, ansiedades e aflições e que

administrar o dinheiro se trata de “*fazer o que tem que ser feito*”, expressão recorrente na dinâmica da *Cabana* e d’*O LUGAR*, foi lançado no fórum uma espécie de desafio, com passos específicos a serem adotados para a constituição de uma reserva financeira. A dica central foi retirar pequenos gastos e direcioná-los para a poupança automaticamente, evitando assim que a tarefa não seja executada. Após lançar essa prática, algumas pessoas relataram o quanto a vida financeira não era alvo de tantas preocupações, o que às vezes gerava falta de habilidade para lidar com ela, gastos excessivos e dívidas. Entre os depoimentos, sempre se destacam reflexões que apontam para como as emoções interferem no manejo com o dinheiro, ocasionando em sua boa administração ou não.

A relação com o dinheiro indica nesse contexto estar relacionada à experiência com as cidades em que meus/as interlocutores/as residem, mais especificamente os grandes centros urbanos como São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre, cidades em que foi realizado o curso, inclusive. De acordo com Stecher (1995, p. 184) em sua reflexão sobre Simmel e o dinheiro, para este filósofo, a vida na cidade se baseia na economia do dinheiro, que por sua vez, determina as relações na sociedade moderna. Se nas sociedades pré-modernas e ainda não marcadas pela urbanização, “o dinheiro foi historicamente limitado e encaixado nas instituições religiosas e sociais, ele tende, na moderna economia do dinheiro, a dissolver as instituições tradicionais e as relações sociais e a movimentar os indivíduos”. Diante disso, o dinheiro pode auxiliar na conquista de liberdade nesses cenários mais urbanizados, uma vez que permite o abandono dos aspectos das relações pessoalizadas em contextos menores, para adquirir sentido mais objetivo e mediador, como Simmel (2004, p. 410) explica:

Porém, por mais que dinheiro incentive tal liberdade, não se pode negar que, do ponto de vista de uma existência livre, independente e autossuficiente, a troca de bens e realizações por meio do dinheiro despersonaliza a vida depois de uma forte rede de transações originalmente fechadas e entrelaçadas entre pessoas. Se os lados subjetivos e objetivos da vida têm sido separados, então a despersonalização, pela concentração cada vez maior no lado objetivo, pode oferecer a elaboração pura do lado subjetivo.

Para Simmel, as trocas no âmbito da economia do dinheiro, são meras associações instrumentais, motivadas pelo interesse do lucro, quando estas mesmas trocas antes da constituição das cidades grandes atendiam a interesses múltiplos: econômicos, religiosos, políticos e familiares. A liberdade, nessa conjuntura, se estabelece a partir de relações monetárias, de forma objetiva e exclusivamente mediada pelo dinheiro, onde é possível elaborar, inclusive, sentidos de individualidade e anonimato. Embora Simmel tenha observado

a constituição das metrópoles em seu início e o lugar ocupado pelo dinheiro, sua análise é útil para desvelar em que perspectiva esse elemento define as relações definidas pelo *LUGAR* e de modo mais amplo, quais significados adquire nesse contexto. A atenção dada às relações monetárias enquanto meio de conectar os indivíduos entre si, porém suprimindo o nível pessoalizado das relações e colocando os indivíduos na mesma dimensão que os objetos, conforme destacado por Simmel, merece análise mais aprofundada tendo como eixo *O LUGAR*.

O discurso d'*O LUGAR* enfatizando a possibilidade do uso do dinheiro enquanto meio de se realizar sonhos, articula noções de individualidade e liberdade que parecem fazer sentido mais fortemente entre as pessoas que participam mais efetivamente dessa rede e que residem nas grandes cidades que o curso é oferecido, sobretudo. A rede estabelecida por essa comunidade rearticula os aspectos que Simmel constata perdidos na constituição das metrópoles, em especial por que conecta as pessoas às relações de apoio emocional, nas quais o caráter pessoal e íntimo se sobressai.

Entretanto, esse tipo de apoio ocorre também mediado pelo dinheiro que está no centro do acesso à plataforma online e também aos cursos e eventos presenciais promovidos por ela, assumindo um viés objetivo que, por conseguinte, elabora significados subjetivos que sustentam a adesão à comunidade. Estes significados também operam a partir da centralidade do dinheiro como meio para alcançar finalidades individuais, como as evocadas a partir das perguntas do excerto acima, referentes às capacidades do dinheiro de articulação com habilidades, tempo e até tomado como avaliador do "*mundo interior*". Isto é, os sentidos subjetivos atribuídos ao uso do dinheiro nesses discursos retroalimentam os usos objetivos deste levantados pela participação n'*O LUGAR*. Em outras palavras, através do dinheiro se paga para fazer parte dessa rede de sociabilidade e ainda se objetivam formas de apoio emocional baseadas nessas modalidades para que finalmente se obtenha acesso às relações sociais, discursos e práticas que administrem também o uso do dinheiro, sob a justificativa de que este se relaciona às emoções e projetos individuais. Assim, os significados subjetivos relacionados ao dinheiro por esse curso são objetificados como um meio para se ter acesso à sociabilidade e discursos de gestão das emoções.

Dinheiro e culto ao dinheiro, comparado a um pó mágico capaz de agenciar realizações objetivas e subjetivas, não parecem ser vistos como produtores de desigualdade pelos sujeitos que compõem *O LUGAR*, mas, pelo contrário, é positivado ao infinito como modo de produzir individualidades por meio da evocação de sonhos e planos e, ainda coletividades

virtuosas que apoiam a realização destes, disfarçado sob os discursos de transformação pessoal. Isso ocorre mesmo quando o dinheiro se encontra ausente nos discursos da comunidade enquanto meio de acesso à bens e serviços. Assim, o campo desenvolvido n’O LUGAR mostrou discursos que deslocam o local do dinheiro enquanto meio para alcançar determinados fins, colocados na comunidade intensamente articulado à projetos individuais. O curso *Como viver e viajar sem dinheiro* é indicativo dessa outra articulação. Ministrado em um dia por uma mulher que viaja constantemente pelo Brasil se dedicando a projetos sociais, o curso tentou explorar formas de se relacionar através de trabalhos voluntários nos quais se trocam por hospedagens e alimentação gratuitas. Entre os pontos tratados na conversa estão:

Dá para aprofundar e treinar a atitude de oferecer? O que o uso do dinheiro às vezes esconde ou obstrui nas relações humanas e organizações? Como navegar pela cidade sem dinheiro (onde tomar café, quais os melhores banheiros etc) e como pegar carona sem medo? Como trocar trabalho por hospedagem e alimentação? Existe metodologia para criar e implementar projetos sem dinheiro? Como realmente ajudar uma comunidade? O que você quer muito fazer e não faz porque não tem dinheiro? O que existe de bom Brasil adentro? E qual o tamanho do coração das casas, caminhões e pessoas por aí? Dá pra sair da lógica do dinheiro sem deixar de usar dinheiro?

Apenas um interlocutor, Paulo, cuja história foi apresentada no subitem anterior, participou desse curso e me descreveu da seguinte forma: *“foi bacana, foi muito bom ver que é possível viver com menos, viajar sem tanta grana, que é possível oferecer nossas habilidades sem ser necessariamente em troca de dinheiro”*. Mesmo que o dinheiro não seja critério de condução da experiência nesse caso, observa-se que sua falta se associa à liberdade e à individualidade, colocadas em concomitância com a experiência nas cidades. Ainda, o trabalho alcança atributo associado ao dinheiro a partir do momento que assume a posição de barganha por hospedagem e/ou comida, o que pode se caracterizar enquanto troca monetária num sentido que transcende o uso apenas do dinheiro. Ademais, tais experiências podem ser visualizadas enquanto meio de distinção social, a partir da evocação de lógicas que sobressaem o caráter do dinheiro enquanto fim em si mesmo, que parecem alcançar para essa rede, com marcas de classe social específicas, valores de tal forma que voltam a fundamentar os discursos em torno do trabalho como realização subjetiva.

Mídias digitais e moralidades de seus usos: em busca de um lugar para estabelecer relações na cidade

As questões relacionadas ao trabalho e ao uso do dinheiro se associam mais fortemente à experiência na cidade, como já lançado no subitem anterior. O campo demonstrou assim, articular os usos d'*O LUGAR* com anseios por constituição de redes de sociabilidade e apoio emocional de pessoas que vivem em grandes cidades, especialmente São Paulo e que não se sentem contempladas exclusivamente pelas relações de trabalho, conforme constatado por alguns/as participantes. *O LUGAR* lhes amplia relações sociais e ainda oferece amparo subjetivo que se efetiva na esfera do trabalho e afetiva, como tenho argumentado até aqui. Nesse sentido, alguns elementos ficam evidentes nos fóruns, encontros presenciais e também pela experiência de meus/as interlocutores/as que propiciem uma dinâmica social de apoio diferenciada dos outros universos de pesquisa, particularmente por se tratar de uma comunidade cuja interação se dá através de fluxos entre as plataformas e moralidades que a transcendem. *O LUGAR*, enquanto relativo à um espaço de troca de experiências e apoio mútuo passou por modificações em sua interface, princípios que evocam sentidos sobre o próprio uso das mídias digitais. A rede, desse modo, se apresenta, enquanto “espaço relacional” no sentido utilizado por Scott McQuire (2010: IX), isto é, como a moldura que define a experiência social na sociedade contemporânea marcada pelo uso de mídias digitais e que no caso do meu campo com *O LUGAR*, adquire significados relacionados diretamente à suas experiências com a cidade:

Espaço relacional nomeia a configuração espacial ambivalente que emerge quando abandonamos a natureza do espaço social como dado em favor da constituição ativa de conexões espaciais heterogêneas ligando o íntimo ao global. O espaço relacional é a experiência da subjetividade refeita na demanda expandida aos indivíduos que façam escolhas de vida na aparente falta de coletividades tradicionais (MCQUIRE, 2010, p. IX)

Entre os/as participantes d'*O LUGAR* destacam-se pessoas que se mudaram para São Paulo recentemente ou que vivem em outros países, cujas vidas são marcadas por sensações de liberdade, solidão e necessidade de adaptação em um contexto, no qual é ainda estão se inserindo. Morando sozinhos/as ou com os/as parceiros/as afetivos, seus depoimentos revelam o quanto tem a vida centrada no trabalho e conhecem poucas pessoas. Entre os relatos, figuram o de uma participante que acredita que São Paulo tenha lhe aberto chances, que a vida “*virou do avesso*”, e com isso, descobriu que o “*avesso é o lado certo*” ou em de outro

participante que foi morar no Rio de Janeiro após terminar relacionamento e que aprecia a vida lá, por conta de não ter expectativas quanto às suas atitudes como no interior. Depoimentos divergentes também se apresentaram, como o de um participante que concebe São Paulo como uma grande cidade, porém, *“ainda que de fato te forneça um mar de oportunidades, não é um lugar que eu consiga me ver morando por dez, vinte, trinta anos”*. Nesse sentido, entrar n’*O LUGAR* é uma forma de conhecerem pessoas e vislumbrarem *“uma oportunidade de discutir ideias, caminhos e conseguir tomar melhores decisões”*. Além disso, pessoas que moram no exterior e que se apresentaram em busca de conhecer pessoas, já que não tem *“com quem conversar como tinham no Brasil”*.

O LUGAR parece substituir, ao menos em parte, a socialização considerada insuficiente no trabalho, bem como na família que vive nas cidades de origem, como o depoimento de Luana, transcrito abaixo demonstra. Luana tem 24 anos e se mudou para São Paulo há um ano para trabalhar como advogada em uma empresa. Mora sozinha e considera que esta é *“uma experiência muito importante”*, a qual *“todo mundo deveria ter essa possibilidade”*. Para ela, vir de sua cidade natal no interior de São Paulo, faz parte de um processo de ascensão e desenvolvimento pessoal, liberdade diante das limitações colocadas nas cidades do interior, nas quais há expectativas em torno de suas atitudes. Conforme ela, *O LUGAR* possibilita ampliar suas relações, já que tem uma vida ainda solitária:

eu sempre gostei de ler e procurar assuntos que tratem de relacionamentos, desenvolvimento pessoal e afins e também sempre achei estranha essa dificuldade das pessoas em falarem verdadeiramente sobre esses tema. De uns tempos para cá eu passei a ficar mais exigente com as amizades, e passei a me sentir um pouco solitária nessa jornada de conhecimento, pq a superficialidade do encontros de amigos passou a saltar aos olhos. Nesse interim vi a plaquinha do lugar e curti a proposta. Vi a chance de me unir a pessoas que em tese estão buscando o mesmo que eu... mais ou menos por ai.. rs. Acho que falta a troca verdadeira talvez por descrença, vergonha, medo. Posso falar por mim. Ainda que pela internet sinto certa necessidade de aprovação, o que me leva a não me expressar de forma plena, vamos dizer. Parecia que eu não estava na mesma sintonia, buscando as mesmas coisas, não que haja essa necessidade para ter alguém como amigo, mas por ser muito intensa e estar em uma cidade em que minha família são meus amigos, essa satisfação se tornou meio decisiva pra mim.

Nesse aspecto, a vida na cidade grande para esses/as interlocutores/as assume caráter que ao mesmo tempo em que lhes liberta da vigilância que podem estar submetidos nas cidades pequenas de origem, pode lhes aprisionar na solidão, como caracterizados por alguns relatos. Simmel (1903, p. 2), partindo das subjetivações nas metrópoles como objeto, mais do que estas últimas propriamente ditas, considera o quanto as experiências são marcadas pelas trocas monetárias, conforme já abordei no subitem anterior. E nesse cenário no qual se assenta a individualidade, como referido por Luana e outros/as interlocutores/as, as relações estabelecidas n'*O LUGAR* mediadas pelo dinheiro oferecem a chance de constituírem apoio emocional em um cenário, no qual não estão em contato com as famílias de origem, o que pode ser sinal, inclusive, de mais liberdade frente às cidades pequenas de onde vieram. Desse modo, as relações entre a cidade grande em que trabalham e a cidade de origem se colocam de forma em que a troca monetária subsidia relações e apoio para construção de subjetividades. Nos termos de Simmel (1903, p. 2), dessa dinâmica podemos compreender o caráter intelectualista da vida nas cidades grandes, preconizado em certa medida pela comunidade d'*O LUGAR*:

Na medida em que a cidade grande cria precisamente estas condições psicológicas - a cada saída à rua, com a velocidade e as variedades da vida econômica, profissional e social -, ela propicia, já nos fundamentos sensíveis da vida anímica, no *quantum* da consciência que ela nos exige em virtude de nossa organização enquanto seres que operam distinções, uma oposição profunda com relação à cidade pequena e à vida no campo, com ritmo mais lento e mais habitual, que corre mais uniformemente de sua imagem sensível-espiritual de vida. Com isso se compreende, sobretudo o caráter intelectualista da vida anímica do habitante da cidade grande, frente ao habitante da cidade pequena, que é antes baseado no ânimo e nas relações pautadas pelo sentimento. [...] Assim, o tipo do habitante da cidade grande - que naturalmente é envolto em milhares de modificações individuais - cria um órgão protetor contra o desenraizamento com o qual as correntes e discrepâncias de seu meio exterior o ameaçam: ele reage não com o ânimo, mas, sobretudo com o entendimento, para o que a intensificação da consciência, criada pela mesma causa, propicia a prerrogativa anímica.

A partir disso, é possível constatar que para meus/as interlocutores, a vida na cidade grande opera de modo distinto das cidades pequenas de origem. Mesmo que possa produzir algum tipo de isolamento ou solidão, é conduzida mais a partir do entendimento que leva ao caráter até intelectualista, do que ao sentimento, conformado pelo seu ritmo mais lento e pessoalizado das relações em suas cidades de origem. *O LUGAR* se insere nessa dinâmica como mais rede de sociabilidade, mas também como meio de se conquistar o ânimo que Simmel discorre, baseado pelos discursos intelectualistas, no sentido de centrarem-se nas

subjetividades dos indivíduos. Através d'*O LUGAR*, os sujeitos parecem procurar o tal enraizamento que lhes falta na cidade grande, a qual vivenciam.

Diante disso, a comunidade apresenta moralidades específicas dos usos das mídias digitais, que a situam de modo distinto das outras modalidades de apoio emocional que apresentei anteriormente, por, sobretudo, possibilitar o estabelecimento de vínculos entre os usuários que sobressaem os usos da plataforma. Além de possibilitar mais encontros presenciais, com cursos, palestras, práticas de meditação, dança de salão, taketina, entre outros mais casuais como encontros em bares, *O LUGAR* evita associações como as que se sobressaiam na *Cabana* para definir os usuários. Assim, diferente da *Cabana*, que evocava a denominação entre os participantes de “*cabaneiros*” identificando e até dando sentido às masculinidades naquele cenário, *O LUGAR* mostrou resistência a utilizar o termo “*lugareiros*” como levantado após o primeiro encontro nacional por alguns participantes. Foi criado um grupo fechado no *Facebook*, de modo similar à que já existia para a *Cabana* e lá apareceu essa denominação. Logo em seguida, tanto o grupo quanto a própria designação de “*lugareiros*” foi contestada e fechada, com a justificativa de que o propósito da comunidade não era criar uma identidade categorizada e ainda, não fragmentar os contatos para além da plataforma de origem.

A resistência em criar uma categoria identitária demonstra o caráter não associado diretamente a gênero que ela adquire, mas também indica nesse contexto que os usos se concentrarão na plataforma online e em tudo o que ela oferece, circunscrevendo moralidades dos usos das mídias digitais que, embora não apresentando o recorte de gênero, tendem a proteger e legitimar essa rede para além dos usos paralelos de outras plataformas, como o *Facebook*. Isso não significa que os/as participantes não o usem para se comunicarem entre si, mas que, diferente da *Cabana*, não há n'*O LUGAR* o fomento a grupos fechados, justificado pelo fato de dispersarem as relações e colaborarem, em última instância, para uma perda de foco das práticas evocadas.

Nesse ínterim, vale destacar como *O LUGAR* se relaciona ao resgate de valores associados aos atributos da sociabilidade de cidades pequenas para aferir mais efetividade na elaboração dos laços sociais nessa instância. A praça do interior se revela, portanto, como *o lugar* de referência subjetiva que ampara a constituição dos laços da comunidade, como fica possível perceber pelo trecho abaixo de um texto veiculado na plataforma:

Numa cidade do interior sem muitas opções a única opção tem lá sua parte boa. Para ir à praça não é preciso marcar hora. A praça não tem relógio e não te exige nada: documento, dinheiro, tempo de permanência. A praça não fecha. [...] Não que São Paulo não tenha praça. Tem. Mas não falo desta praça de cidade grande. Estática ao invés de estável. Imutável. Impessoal. Falo de praça com vida, praça de verdade, praça que marca encontro de gente, praça que se dispõe, praça de interior.

Somado a isto, através do acompanhamento por e-mail dos eventos, cursos e textos d'O LUGAR e dos perfis dos usuários no *Facebook*, constatei a recepção de um vídeo do professor Mário Sérgio Cortella que tratava do que ele denomina de “*despamonhalização da vida*”, para se referir aos modos pelos quais as relações, sobretudo nas grandes cidades, estão perdendo o caráter coletivo semelhante ao ato de fazer pamonhas no interior. Abaixo segue um trecho do vídeo que o professor argumenta sobre o tema:

Atenção! Quero dizer uma coisa que só quem é do interior entende direito. Quem não é também entende, mas quem é do interior entende mais ainda. Nós estamos vivendo, e isso é um perigo, uma estupenda e acelerada despamonhalização da vida. Nós paramos de fazer pamonha. E isso é um perigo. Sabe por quê? Por que durante séculos na história da humanidade, fazer pamonha, que é o que eu estou dizendo, era conviver, isto é, lembra de fazer pamonha? Sábado nós levantávamos, iam tudo pra um lugar, tio, filho, vó, aí os homens iam buscam milho, traziam, tiravam a palha que era o principal, traziam o milho, descascava por cima, as crianças ficavam tirando os cabelinhos do meio do milho, as mulheres faziam o trabalho mais difícil que era ralar aquilo, cozinhar a palha, fazer o saquinho e quando era quatro da tarde nós íamos comer. A finalidade de fazer pamonha não era obviamente comer pamonha, a finalidade era ficar junto e, especialmente, que as crianças tivessem uma ideia, que as coisas para acontecerem demoram um processo. Dá trabalho, apanha, pega, faz, cozinha, rala, ri, briga, brinca e vive junto. Agora é prático, você compra a pamonha pronta. O cara passa na sua porta em São Paulo e fala: pamonhas, pamonhas, pamonhas, pamonhas de Piracicaba, o puro creme do milho. Não é nem de Piracicaba e nem o creme do milho é puro, mas é prático⁶⁴.

⁶⁴ Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=I7er3kYNxZw>>. Acesso em 18/dez/2014.

Esse vídeo mostra aspectos ressaltados fortemente n'*O LUGAR* e que vinculam o resgate de relações tidas, nesses discursos, como mais coesas e profundas, algo que falta às praças e à sociabilidade de São Paulo, estática, como consta nos trechos acima. Viver junto, cada um ter sua tarefa na realização da pamonha, conforme colocado pelo professor Mário Sérgio Cortella, significa também uma divisão do trabalho por gênero e geração, aludindo à sentidos que mesmo não evidentes nos discursos e funcionamento d'*O LUGAR*, são ainda presentes. Comprar pamonhas em São Paulo, concebido modo prático e mediado pelo dinheiro de modo despersonalizado e individual, tal como Simmel já assinalou, pode ser considerado como a perda de autenticidade das relações, apenas possível em cidades do interior. Nesse sentido, apenas as relações estabelecidas nos moldes em que eram nostalgicamente experienciadas no interior para meus/as interlocutores/as pode ser tida como autêntica, essencializada como única possibilidade de obter coesão. *O LUGAR*, nesse contexto, busca oferecer essa vida autêntica, do mesmo modo que se apresentou nos discursos da *Cabana* de *Como levar duas vidas*, com a diferença de que, a partir dessa comunidade, o foco em gêneros aparece menos evidente ou ofuscado, talvez mais realçado pelas moralidades dos usos das mídias digitais, ilustrando os fluxos entre *Cabana* e *O LUGAR* e, particularmente, estabelecendo os usos desta última como legitimamente capaz de fornecer elementos vistos como tão caros à sociabilidade na cidade grande e não adquiridos em outras esferas. Ainda, promovendo efetivamente a construção de um lugar próprio, uma vez que em outubro de 2014 foi inaugurado uma casa sede da comunidade, na qual os eventos são realizados. Ou seja, *O LUGAR* vislumbra a supressão das próprias mídias digitais, estendendo-a a outros espaços através dos fluxos dessa rede de sociabilidade e de apoio emocional.

Considerações finais

Ao longo dessa tese abordei o apoio emocional pelas mídias digitais de acordo com três universos empíricos que se constituíram no percurso dessa pesquisa. Ao final do trabalho, retomarei as questões que perpassam e configuram o que denominei no início de mercado segmentado de apoio, no intuito de apontar para caminhos possíveis de serem aprofundados por pesquisas subsequentes. Assim, essa tese pode ser lida a partir de três eixos analíticos: segmentação, fluxos e moralidades.

Constata-se que cada modalidade de apoio emocional configura seus públicos a partir de um perfil social, fundamentando uma segmentação que se dá de acordo com os usos de cada público, especialmente no que se refere à classe social, articulando-se a gênero e sexualidade presentes tanto nos discursos de apoio quanto nas próprias demandas. A análise revelou que são perfis de sujeitos criados interseccionalmente que moldam a segmentação, de acordo com motivações em torno da busca por apoio emocional que se traduzem em ocupações profissionais, níveis de escolaridade, região geográfica às quais os sujeitos pertencem. Tais motivações podem se articular a diferentes horizontes de aspiração sobre relações afetivo-sexuais, trabalho, dinheiro e família. Desse modo, o apoio emocional buscado ainda aloca as mulheres ao amor, os homossexuais ao desejo "verdadeiro" e os homens ao sucesso profissional, de modo que até suas experiências afetivas são traduzidas em conceitos advindos do trabalho.

A pesquisa apontou para um processo de individualização que permeia a busca de apoio por meio das mídias digitais, que se distingue de formas colocadas por outras mídias, ampliando as redes de sociabilidade dos sujeitos para além de seus entornos sociais. Em outras palavras, trata-se de um cenário novo em que as mídias digitais são usadas a partir de formas mais individualizadas de se socializar. Além de individualizadas, as relações em rede demonstraram se sustentar por fontes mais intelectualizadas em algumas modalidades que aspiram a ter embasamento científico e especializado, ou ainda, apoio entre sujeitos distantes das conjunturas sociais que ocasionam experiências de inseguranças e julgamentos morais de quem solicita por auxílio.

Assim, no universo composto por consultórios sentimentais digitais, o campo evidenciou dinâmicas de busca por apoio emocional semelhantes às modalidades da mídia impressa, que contam com conselheiros para oferecer respostas e orientações para os sujeitos lidarem com suas emoções, particularmente as que se referem às relações afetivo-sexuais. As

mídias digitais se tornam, portanto, canal em que buscam por respostas, colocadas pelos discursos prescritivos que oferecem instrumentos ou até receitas práticas para lidarem com seus contextos que lhes demandam uma administração das emoções de modo mais pragmático, para enfrentarem sofrimentos e inseguranças que marcam suas posições sociais subalternas no que se refere a gênero e sexualidade.

O blog *Cérebro Masculino*, escrito por homens para ajudar mulheres com dificuldades nas relações afetivas, demonstrou ser acessado por mulheres de classes populares que desembocam nessa plataforma em busca por apoio emocional para lidarem com conjunturas de desigualdades de gênero em suas relações. Em linhas gerais, tal conjuntura revela como essas mulheres estão submetidas ao jugo masculino de suas condutas ou de suas experiências quando inseridas em relações nas quais não conseguem contar com o apoio de seus parceiros, o que expressa também a demanda de apoio desvinculado de possíveis julgamentos morais que surgem da família e amigos.

É cobrado dessas mulheres que ascenderam socialmente por meio de acesso ao mercado de trabalho, aos estudos e às mídias digitais, que assumam posturas as quais não se assemelhem às socialmente estigmatizadas na figura da perigete, associadas à pobreza e à negritude. A independência e autonomia que essas mulheres começaram a conquistar aliam-se com a restrição moral de que não se tornem disponíveis para todos os homens. Conforme demonstrado, isso revela o quanto essas esferas, sobretudo os usos das mídias digitais são instrumentos de avaliação e construção de subjetividades e corporalidades que operam através de dinâmicas racializadas e sexualizadas de mulheres pobres. Nesse contexto, o blog subjetiva tais mulheres para educar seus gêneros, sexualidades e classe social em um processo articulado à racialização, associando branquitude, condutas e comportamento a moralidades que as classificam.

A *Capa*, por sua vez, pelas narrativas de seus leitores que buscam por apoio emocional na coluna *Psicólogo Pedrosa responde*, apontou para experiências cujo desejo é problematizado, alvo de dúvidas, respondidas sob o discurso da terapia sexual caracterizada pelo psicólogo que escreve os textos, e que o concebe de modo essencializado. O desejo, como essência, nesses discursos, é tido como verdade apenas no âmbito em que se encerra em binarismos como heterossexualidade – considerada como hegemônica e homossexualidade – como minoritária. A bissexualidade, nesse sentido, colabora para o estabelecimento dessa dicotomia, na medida em que é alocada enquanto moralmente duvidosa e nos discursos do especialista é lida na chave do comportamento sexual e não do desejo. Os relatos demonstram

contextos de classes populares nos quais a experiência pública da homossexualidade é negociada no trabalho, família e escola e assinalam subjetivações de gênero para que possam garantir ao menos mais chances de serem visibilizadas com menor preconceito. Para tanto, as orientações são conduzidas no sentido de produzir heteronormatividades na experiência do sujeito, o levando a se assemelhar aos homens heterossexuais, em contraposição à qualquer aspecto que se relacione à homossexualidade tida como evidente, articulada simbolicamente ao que concerne à tudo que se refere ao feminino. O modelo de homossexual proposto pelo site, é de um homem com performance masculina, metropolitano imaginado como independente e autônomo, portanto livre do jugo familiar e capaz de – por conta própria – enfrentar o preconceito social. Trata-se de um ideal não realmente apresentado, pouco acessível ou mesmo factível para os leitores da coluna, que demonstram ser, em sua maioria, de classes populares, provavelmente vivendo com a família, se envolvendo em relações em segredo, e tendo que negociar sua homossexualidade em muitas esferas. Assim, a coluna não avalia o peso desses elementos na experiência de seus leitores e pressupõe, nas entrelinhas, a possibilidade assentada de que consigam se assumir para todos os sujeitos que têm relações com pessoas do mesmo sexo.

Nesse ínterim, tal universo de pesquisa mostrou contextos nos quais as relações afetivo-sexuais desnudam experiências de subalternidades de gênero, sexualidade, classe social e raça, que levam tais sujeitos a buscarem por esse tipo de apoio emocional pelas mídias digitais, que se coloca de modo mais prescritivo que dialógico. Nos contextos revelados, em que tais sujeitos não demonstram serem acolhidos/as e ouvidos em seus dilemas emocionais, as mídias digitais surgem como possibilidade de obterem apoio, ainda que de modo prescritivo, que forneça conselhos que os incitem a lidar com suas incertezas e inseguranças urgentes.

O acesso específico desses públicos nesse tipo de apoio emocional, não invalida possibilidades de fluxos, tanto de conteúdos dos próprios sites, que se articulam entre duas ou mais plataformas, quanto dos/as próprios leitores/as. O *Cérebro Masculino* demonstrou fluxos entre seus editores, que participam da plataforma do *QPT* e também escrevem concomitantemente no blog, assim como outras atividades, como o livro digital de autoajuda. O perfil de mulheres que acessam ao blog pode, como já constatado por outras pesquisas, se constituir em redes sociais e até grupos em outras plataformas online, como os aplicativos de conversa instantânea de *smartphones*, particularmente o *Whatsapp*, em que dividem suas experiências e se apoiam mutuamente. Já *A Capa* se associa a outras plataformas de busca por

parceiros e sites de conteúdo erótico, o que pode evidenciar fluxos pelos quais os sujeitos que buscam por apoio emocional na coluna *Psicólogo Pedrosa responde*, podem percorrer. Mesmo que o campo realizado não tenha demonstrado fluxos de acolhimento emocional entre tais sujeitos, a partir d'A *Capa* e das plataformas a ela associadas, é possível se constituírem redes de relações nas quais tais sujeitos partilham moralidades que circunscrevem as experiências da homossexualidade para esse público específico. Assim, por essas instâncias, os sujeitos podem estar estabelecendo redes de contatos que se dão por sites e aplicativos nos quais não apenas buscam por relações afetivo-sexuais, como também dividem tais experiências por compartilharem os segredos de suas relações⁶⁵.

O campo realizado com os profissionais de psicologia e com o NPPI foi adotado para explicitar os contrastes entre modalidades de apoio emocional que têm como cerne os discursos de não especialistas ancorados pelas mídias digitais. Estes especialistas que marcaram o apoio emocional em outras mídias, conforme abordado no primeiro capítulo dessa tese, se posicionam de modo diferente nas mídias digitais, construindo moralidades que normalizam seus usos. Desse modo, a pesquisa que inicialmente tinha como objetivo verificar como o apoio emocional funcionava para os profissionais, desvelou elementos relacionados à recepção da internet comercial no Brasil, assim como do uso de tecnologias como computadores e vídeo games que em uma perspectiva analítica marcaram as concepções e consolidação do apoio emocional entre profissionais de psicologia. A recepção à qual me refiro, foi sinalizada por noções de perigo e patologias, especialmente configurando determinados usos como vícios.

Os discursos sobre os vícios, em determinados períodos, vinculados aos usos de bate papos e redes sociais, culminaram na construção da demanda por orientação psicológica para este tipo de solicitação específica, o que acarretou na consolidação de metodologias de orientação e conseqüentemente, em processos que se arrastaram nesses períodos para o fortalecimento dos profissionais de psicologia no que conceituei de apoio emocional. Entretanto, esse fortalecimento, como já abordado, se coloca de modo ainda incipiente e em disputa com outros profissionais e até com outras modalidades de apoio. Mais pesquisas podem revelar elementos constituintes dessa área e ampliar a análise dos fluxos que entram no debate por sua consolidação.

⁶⁵ Pesquisas sobre aplicativos de celulares para busca de parceiros afetivo-sexuais homoeróticos tem sido realizadas. Respectivamente, destaco os trabalhos de Miskolci (2013;2014) e Felipe Padilha, em sua pesquisa de mestrado, já referenciada na introdução dessa tese. Sobre plataformas online de busca de parceiros, as pesquisas de Melhado (2014) e Kurashige (2014) também são referências que adotei nessa pesquisa.

O terceiro universo de pesquisa que se dedicou a analisar os usos de comunidades online corroborou a constituição de redes de apoio emocional mais dialógicas e que colocam em xeque a posição dos especialistas. A *Cabana* despertou anseios de homens aprenderem a “pegar mulheres”, entre homens de classes médias com curso superior cujas experiências são marcadas por acesso às mídias digitais e às tecnologias como computadores e vídeo games, desde sua infância e adolescência. Tais homens, ao entrarem na comunidade visualizam seus “horizontes” se abrirem e ampliam suas visões para além da necessidade de aprenderem a pegar mulheres, no sentido de obterem desenvolvimento e transformação pessoal que, sobretudo, lhes desvinculem de referenciais de masculinidades estigmatizados em figuras recorrentes que fizeram parte de sua infância e adolescência como o “nerd, gay, mimadinho” e até por modelos que não correspondem à suas realidades como os de seus pais. Assim, aprendem através da *Cabana* a desconstruírem os sentidos de masculinidades hegemônicas e os reconstruírem e ressignificarem por meio da camaradagem estabelecida apenas através das mídias digitais.

As mídias digitais, para esses homens, legitimam partilha de sentimentos e emoções e colaboram nos seus discursos para o processo de transformação pessoal que se refere à construção coletiva de sentidos de masculinidades que irão modificar os referenciais considerados subalternos nesse contexto, como os que se associam à feminilidade ou à masculinidades cuja sociabilidade acontece em bares, locais marcados por aspectos de classes populares, dos quais buscam se diferenciar. Isto posto, a *Cabana* apresenta relações de apoio emocional entre homens de classes médias, construindo uma masculinidade mais intelectualizada e que se opõe aos fantasmas associados à feminilidade que se sobressaíram em suas experiências anteriores.

Ainda, a pesquisa realizada demonstrou o quanto a comunidade e seus usos obedecem a fluxos que se dão entre usos das mídias digitais e sujeitos, constituindo o que denominam de redes. As relações iniciadas pelas mídias se sustentam para além delas, através dos encontros presenciais e possíveis contatos profissionais que delas se iniciam. Também constatei que caso as relações entre homens, assim como a imagem destas é ameaçada, a rede toma outras configurações e se reestabelece por meio do fluxo para outra plataforma, incorporando mulheres e assumindo foco distante da discussão de relacionamentos.

O *LUGAR* assinala esse fluxo e demonstra como os sujeitos se movem entre as plataformas online e se subjetivam através delas. Trata-se de uma relação de mão dupla: ao passo que os sujeitos vão modificando suas experiências e conquistando o que almejam em

uma plataforma, esta desemboca em outra, cuja finalidade é modificada e cujos sujeitos também se apresentam de outro modo. Ou seja, por meio das incursões etnográficas empreendidas n'*O LUGAR* verifiquei o quanto as diferenças já verificadas na Cabana se somam a outras como geração, por constatar sujeitos que chegam aos 50 anos ou mais. Ademais, por se tratar de sujeitos mais experientes, com a vida adulta já assentada e por já terem vivido experiências afetivo-sexuais e familiares nos moldes tradicionais, deslocam sentidos destas e reelaboram através das noções como logística do amor, desapego e amor genuíno.

O dinheiro e a cidade também foram elementos marcantes nessa plataforma, por definirem diferenças e se associarem a aspectos muito subjetivos. O dinheiro aparece, portanto, como mediador de redes de apoio emocional, mas também como possibilidade de transcender os limites pragmáticos e se configurar enquanto realização subjetiva. A cidade e as relações que nela se constituem, são mediadas pelo dinheiro e vislumbram o resgate constante de sociabilidades consideradas características de cenários menos urbanizados, como a recorrente “praça do interior”. *O LUGAR*, assim, é a esfera na qual as próprias mídias digitais são revistas e a partir das quais são construídos sentidos que possam ir além destas. Esses elementos se revelaram possíveis no meu campo apenas a partir dessa modalidade de apoio emocional que não é apenas mais dialógica, quanto também não é prescritiva como as outras, elaborando sentidos de rede, apoio mútuo e discursos que preconizam a centralidade subjetiva no próprio ego, se direcionando a sujeitos com projetos de ascensão social dependentes de trabalhos que julgam mais flexíveis, porém marcados pela insegurança.

O percurso que empreendi nessa tese tendo como objetivo verificar as configurações que as mídias digitais assumem no apoio emocional abre pistas para investigações que se aprofundem na relação entre mercado, mídias digitais e formação de redes sociais em que formas particulares de subjetivação definem afinidades, constituem relações e até mesmo moralidades. Antes de se tratar de uma segmentação estática, o apoio emocional ancorado pelas mídias digitais, revelou fluxos que demonstram mobilidade entre os sujeitos que compuseram cada universo de pesquisa. Cada segmento constitui uma moralidade em torno das relações afetivo-sexuais e subjetividades e mesmo quando migram de uma plataforma para outra permanecem no mesmo segmento, em um processo que se aglutinam a partir de valores e experiências em comum.

Referências

- A CAPA. **Psicólogo Pedrosa responde**. Disponível em <<http://acapa.virgula.uol.com.br/colunas/psicologo-pedrosa-responde/10/69>>. Acesso em 29 abr. 2015.
- ADELMAN, Miriam (2011). Por amor ou por dinheiro? Emoções, Discursos, Mercados. **Contemporânea** – Revista de Sociologia da UFSCar. São Carlos, Departamento e Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, n. 2, p. 117-138.
- ANDRADE, Daniel Pereira. **Paixões, sentimentos morais e emoções**. Uma história do poder emocional sobre o homem econômico. 2011.408f. Tese (Doutorado em Sociologia) Programa de pós graduação em sociologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- ATIQUE, Adrian. **Digital Media and Society: An Introduction**. Malden: Polity, 2013.
- BASSANEZI, Carla Beozzo. **Virando as páginas, revendo as mulheres: revistas femininas e relações homem-mulher, 1945-1964**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- BAYM, Nancy. **Personal connections in the digital age**. Cambridge: Polity, 2010.
- BELELI, Iara. Amores Online. In: Peúcio et ali. **Gênero, Sexualidade e Mídia: Olhares Plurais para o Cotidiano**. Marília: Cultura Acadêmica, 2012.
- BONELLI, Maria da Glória. Arlie Russell Hochschild e a sociologia das emoções. **Cadernos Pagu**, Campinas. v. 21, p – 357-372. 2003
- BORGES, Dulcília Tereza Bonati. **A cultura psi das revistas femininas (1970-1990)**. 1998. 173 f. Dissertação (Mestrado em História). Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1998. .
- BOSI, Ecléa. **Cultura de massas e cultura popular: leitura de operárias**. 9. ed: Petrópolis: Vozes: 1996.
- BRAH, Avtar. Diferença, Diversidade, Diferenciação. **Cadernos Pagu**, Campinas, n.26, Jan. /jun. 2006, p. 329-376.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- BUITONI, D. Uma perspectiva histórica: do consultório sentimental à prestação de serviço. In: VIVARTA, V. (ed.) **A mídia como consultório?** Brasília: Andi, Unicef, Ministério da Saúde, 2002.
- _____. **Imprensa feminina**. São Paulo: Editora Ática, 1986.
- BUTLER, J. **Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CARVALHO, Juliano Maurício et. Ali. **A política de implantação da Internet no Brasil**. Disponível em < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/5be0d57f5fde664d948d9c2cbc80b619.PDF>>. Acesso em agosto/2014.

CASTELLS, Manuell. **A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

_____. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CÉREBRO MASCULINO. Disponível em < <http://cerebromasculino.com/>>. Acesso em 29 abr. 2015.

CERQUEIRA, Lígia Campos de; CORRÊA, Laura Guimarães; ROSA, Maitê Gurgel. A cartilha da mulher adequada: ser piriguete e ser feminina no Esquadrão da Moda. **Revista Contracampo**, v. 24, n. 1, ed. julho, 2012. Niterói: 2012.

CETIC. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil 2006. Disponível em < <http://www.cgi.br/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-da-informacao-e-da-comunicacao-no-brasil-2006/>>

Condé, Geraldo. Garcia. **A imprensa conselheira: comunicação de massa, indivíduo e cotidiano**. 2004. 132f. Dissertação. (Mestrado em Comunicação Social) Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

CONNEL, Raewyn. **Masculinities: knowledge, power and social change**. University of California Press, California. 2005

_____; Messerschmidt, J. W. Masculinidade hegemônica: Masculinidade hegemônica: Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Estudos Feministas**, Florianópolis, 21(1): 241-282, janeiro-abril. 2013.

CONSENTINO, L. A.M.; FORTIM, I. Serviço de Orientação Via E-mail: Novas Considerações. **Psicologia ciência e profissão**, v. 27, n. 1, 164-175, 2007.

COSTA, Sergio. Amores fáceis: romantismo e consumo na modernidade tardia. **Novos Estudos**, v. 73 São Paulo, CEBRAP, p.111-124, 2005.

DAMASCENO, Janaína. **Os Segredos de Virgínia: Estudo de Atitudes Raciais em São Paulo (1945-1955)**.2013. 166f. Tese (Doutorado em Antropologia), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

DIAZ-ISENRATH, Maria Cecília. **Máquinas de pesquisa: o estatuto do saber no capitalismo informacional**. 2008. 218f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais), Programa de pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

DIXON, Thomas. **From passions to emotions**. The creation of a secular psychological Category. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

Dunker, Christian Ingo Lenz . **Estrutura e constituição da clínica psicanalítica**: uma arqueologia das práticas de cura, psicoterapia e tratamento. São Paulo: Annablume, 2011.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**: Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1994. vol. 1.

_____. **O processo civilizador**: Formação do Estado e Civilização. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1993. vol. 2.

ESCRIBAS. Disponível em < <http://escribas.co/>>. Acesso em 29 abr. 2015.

FACIOLI, Lara Roberta Rodrigues. **Conectadas**: uma análise de práticas de ajuda-mútua feminina na era das Mídias Digitais. 2013. 193f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, São Carlos, 2013.

_____, MISKOLCI, R. Conectadas: experiência de subalternidade e ajuda-mútua feminina online entre mulheres de classes populares. **Mimeo**. 2014.

FERREIRA, Carolina Branco de Castro. **Desejos regulados**: grupos de ajuda mútua, éticas afetivo-sexuais e produção de saberes. 2012. 257f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais), Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2012.

FIGUEIRA, Sérvulo. **Notas introdutórias ao estudo das terapêuticas** : Lévi-Strauss e Peter Berger. In: _____. (Org.). Sociedade e doença mental. Rio de Janeiro: Campus. 1978, p.87-148.

_____. (org.). **Cultura da Psicanálise**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. 5.ed. Petrópolis : Vozes, 1999.

_____. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2013.

_____. **História da sexualidade**: A vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 2005. v.1.

_____. **História da sexualidade**: O uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

_____. **As técnicas de si**. 1988. Disponível em:
<<http://vsites.unb.br/fe/tef/filoesco/foucault/tecnicas.pdf>> Acesso em agosto/2014.

_____. **Uma estética da existência**. 1984. Disponível em:
<<http://vsites.unb.br/fe/tef/filoesco/foucault/estetica.pdf>> Acesso em agosto/2014.

FREIRE FILHO, João, CASTELLANO, Maika; FRAGA, Isabela. “Essa tal de sociedade não existe...”: O privado, o popular e o perito no talk show Casos de Família”. **E-compós**. Brasília, v.11, n.2, maio/ago. 2008.

FRANÇA, Isadora Lins. **Cercas e pontes**: O movimento LGBT e o mercado GLS na cidade de São Paulo. 2006. 264f. Dissertação. (Mestrado em Antropologia Social), Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

HOCHSCHILD, A. R. **The managed heart**: commercialization of human feeling. Berkeley, University of California Press, 1983.

HOCQUENGHEM, Guy. **El deseo homosexual**. España: Melusina, 2009.

HIME, Gisely Valentim Vaz Coelho. **Página Feminina**: o ponto de encontro da Mulher Moderna – estudo analítico da pauta feminina do vespertino paulistano A Gazeta (1929-1943). 2002. 200f. Tese (Doutorado em Comunicação), Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

HINE, Christine. **Etnografia Virtual**. Barcelona: UOC, 2004. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad. 2004.

ILLOUZ, Eva. **Intimidades congeladas**: Las emociones en el capitalismo. Buenos Aires: Katz Discusiones, 2007.

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

_____. **Consuming the romantic utopia**. Berkeley: University of California Press, 1997.

IRVINE, Janice. **Desorders of Desire**: Sexuality and Gender in Modern American Sexology. Philadelphia: Temple University Press, 2005.

KIMMEL, Michael. **Guyland**: the perilous world where boys become men. HarperCollins ebooks, 2008.

KURASHIGE, Keith Diego. **Marcas do desejo**: um estudo sobre os critérios de “raça” na seleção de parceiros em relações homoeróticas masculinas criadas online na cidade de São Carlos. 2014. 124f. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2014.

LAURETIS, Tereza de. A tecnologia do Gênero. In: **Tendências e Impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Editora Rocco, Rio de Janeiro: 1994.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2005.

Light, Ben. Networked Masculinities and Social Networking Sites: A Call for the Analysis of Men and Contemporary Digital. **Masculinities and Social Change**, 2 (3), 245-265. 2013.

MACKINNON, Catharine A. Intersectionality as Method: A note. **Signs**, v. 38, n. 4: 2013. p. 1019-1030.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2008.

MÁXIMO, Maria Elisa. O “paciente informado”: primeiras notas de um estudo etnográfico. **Mimeo**. 2014.

MCQUIRE, Scott. 2008. **The media city: media, architecture and urban space**. London: Sage.

MELHADO, Rodrigo. **Vitrine do Desejo: um estudo sobre perfis de busca de parceiros do mesmo sexo no site Manhunt.net nas cidades de Araraquara e São Carlos**. 2014. 86f. Monografia (Bacharel em Ciências Sociais), Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2014.

MIRA, Maria Celeste. **O Leitor e a banca de revista**. São Paulo: Olho D’Água, 2001.

MISKOLCI, Richard. A Gramática do Armário: notas sobre segredos e mentiras em relações homoeróticas masculinas mediadas digitalmente In: Pelúcio, Larissa et alli. **Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia**. Marília: Cultura Acadêmica, 2012. p. 35-55.

_____. San Francisco e a nova economia do desejo. **mimeo**. 2013.

_____. Networks of desire: The Specter of aids and the Use of Digital Media in the quest for Secret Same-Sex Relations in São Paulo. **Vibrant**, v. 10, n.1: 2013.

_____. Machos e Brothers: uma etnografia sobre o armário em relações homoeróticas masculinas criadas online. **Revista Estudos Feministas**, 21 (1): 2013.

_____. Novas Conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais. **Cronos**. Natal: Programa de Pós-Graduação em C. Sociais, v. 12, n.2, jul-dez 2011. p.

_____. O armário ampliado – Notas sobre sociabilidade homoerótica na era da internet **Gênero**, 9 (2), 2009, p.171-190.

_____. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. **Bagoas**, Natal, v. 8, n. 11, pp. 51-78. 2014.

MONTEIRO, Marko. Corpo e Masculinidade na Revista VIP Exame. **Cadernos Pagu**, 2001, n. 16, PP. 235-266.

NASCIMENTO, Clebemilton Gomes do. “Piriguetes em cena: uma leitura do corpo feminino a partir dos pagodes baianos” In: Fazendo gênero 9 –Diásporas, diversidade e deslocamentos UFSC. **Anais**. Florianópolis. Agosto 2010a.

Nicolaci-da-Costa, Ana Maria. Revoluções tecnológicas e transformações subjetivas. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**. Mai-Ago 2002a, Vol. 18 n. 2, pp. 193-202.

_____. Internet: a negatividade do discurso da mídia versus a positividade da experiência pessoal. A qual dar crédito? **Estudos de Psicologia**, 7(1), 2002b. pp. 25-36.

NPPI. Disponível em <<http://www.pucsp.br/nppi/>> Acesso em 29 abr. 2015.

OLIVEIRA, L Roberto Cardoso. **Pesquisa em versus pesquisas com seres humanos**. In: VÍCTORA, C. et al. (Org.). *Antropologia e ética: o debate atual no Brasil*. Niterói: Ed. da UFF, 2004.

O LUGAR. Disponível em < <http://olugar.org/aberto/>> Acesso em 29 abr. 2015.

PAPO DE HOMEM. Disponível em < <http://www.papodehomem.com.br/>> Acesso em 29 abr. 2015.

PARREIRAS, Carolina. **Sexualidades no pontocom**: espaços e homossexualidades a partir do espaço on-line. 2008. 209f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2008.

PSICOLINK. Disponível em <<http://www.psicolink.com.br/>. > Acesso em 29 abr. 2015.

PELÚCIO, Larissa et alli. “A vida é curta, curta um caso” – O mercado dos afetos e as tensões entre familismo e experimentalismos nos sites de traição no Brasil. São Paulo: Reunião Brasileira de Antropologia. **Anais**. 2012.

PISCITELLI, Adriana. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. **Sociedade e Cultura**, Goiânia: UFG, v.11, n.2, jul./dez. 2008, p. 263-274.

PSICOLOGIA, Conselho Federal de. RESOLUÇÃO CFP N° 011/ 2012. Disponível em http://site.cfp.org.br/wp-content/uploads/2012/07/Resoluxo_CFP_nx_011-12.pdf

QPT. Disponível em < <http://qpt.com.br/>> Acesso em 29 abr. 2015.

RUSSO, J. **O mundo PSI no Brasil**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

_____. **Uma leitura antropológica do mundo psi**. In: JACÓ-VILELA, Ana Maria; JABUR, Fábio; RODRIGUES, Heliana de Barros Conde (orgs.). *Clio Psyché: Histórias da Psicologia no Brasil*. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/94169851/JACOVILELA-JABUR-RODRIGUES-ClioPsyche-Historas-Psicologia-Brasil-pdf-23-05-2008-17-31-50>>. Acesso em Agosto/2014.

_____; ROHDEN, Fabíola. O campo da sexologia no Brasil: constituição e institucionalização. **Physis**. vol.19 no.3 Rio de Janeiro 2009.

SALIH, Sarah. **Judith Butler e a teoria queer**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012.

SANTOS, Goiamérico Felício Carneiro dos; NÓBREGA, Livia de Pádua. O consultório sentimental de Nelson Rodrigues: Myrna: uma análise discursiva. In: XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste. Cuiabá, 2011. **Anais**.

SANTOS, Luís Henrique s. dos, ZAGO, Luiz Felipe. Corpo, gênero e sexualidades gays na corda bamba ético-metodológica: um percurso possível de pesquisa na internet.

Cronos: R. Pós-Grad. Ci. Soc. UFRN, Natal, v. 12, n.2, jul./dez. 2011, p. 39-56

SCOTT, Joan W. “A Invisibilidade da Experiência”. **Projeto História**. São Paulo, 1998, p. 297-325.

SEDGWICK, Eve Kosofsky. A Epistemologia do Armário. **Cadernos Pagu**, Campinas: Núcleo de Estudos de Gênero Pagu-UNICAMP, v. 28, p. 19-54, 2007.

_____. **Between Men:** English Literature and Male Homosocial Desire. New York. Columbia University Press. 1985.

SIBILIA, P. A vida como relato nos blogs: mutações no olhar introspectivo na conformação do “eu”. In: VIII Congresso Luso-afro-brasileiro de Ciências Sociais. Coimbra, 2004. **Anais**.

_____. **Os diários íntimos na Internet e a crise da interioridade psicológica**. Disponível em < http://www.antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id_articulo=1147>. Acesso em 20 dez. 2011.

SILVA, Daniela Ferreira Araújo. “**Etnografando os transtornos alimentares na internet**”. Do outro lado do espelho: anorexia e bulimia para além da imagem uma etnografia do virtual. 2004. 143f. Dissertação (Mestrado em Antropologia), Departamento de Antropologia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2004.

SILVA, Fernanda Maurício da. Marcos históricos do talk show no Brasil: uma análise dos programas Globo Gente e Jô Soares Onze e Meia. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 25, p. 123-134, jun. 2013.

SIMMEL, Georg. **The philosophy of Money**. London: Routledge, 2004.

_____. A sociologia do segredo e das sociedades secretas. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, EDUFSC, V. 43, N. 1, p.219-242, Abril de 2009.

_____. **O segredo**. Disponível em < <http://pt.scribd.com/doc/51820386/O-Segredo-Georg-Simmel#scribd>>. Acesso em 26/dez./2014.

_____. As grandes cidades e a vida do espírito. **MANA** 11 (2):577-591, 2005.

Stecher. Heinz. Georg simmel: dinheiro, a solidez do efêmero. **Cad. CRH**. Salvador, n.22, p. 185-191, jan/jun. 1995.

TRIGO-DE-SOUZA. Lígia Maria. **Vida Íntima em Cartaz** – espaços da mídia para as narrativas de histórias pessoais do homem comum. Universidade de São Paulo: Escola de Comunicações e Artes. São Paulo. Tese (Ciências da Comunicação). São Paulo. 367p.

THOMPSON, Edward. (1987). **A formação da classe operária Inglesa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

TURKLE, Sherry. **Alone Together:** Why We Expect More From Technology and Less From Each Other. New York: Basic Books, 2011.

VIVARTA, V. (ed.) **A mídia como consultório?** Brasília: Andi, Unicef, Ministério da Saúde, 2002.

VOLPE, Maira. Muhinguer. **S.O.S. Família e Escola:** um estudo sobre a mediação dos “especialistas da subjetividade” no processo educativo. São Paulo: Mestrado em Sociologia, USP. 178p.

_____. Intimidade e Visibilidade: notas a respeito da produção de talk shows. In: III Simpósio de Pós Graduandos em Sociologia da USP, 2010, São Paulo. **Anais**. 2010.

_____. **O divã no palco:** discurso terapêutico, indústria cultural e a produção de bens culturais com pessoas comuns. 2013. 230f. Tese (Doutorado em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

ZAGO, Luiz Felipe. **Masculinidades disponivel.com:** sobre como dizer-se homem gay na internet. 2009. 227f. Dissertação (Mestrado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

_____. **Os meninos:** corpo, gênero e sexualidade através de um site de relacionamentos. 2013. 332f. Tese (Doutorado em Educação). Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

APÊNDICE

TABELA DE DADOS DOS/AS ENTREVISTADOS/AS

BLOG CÉREBRO MASCULINO						
<i>NOME</i>	<i>IDADE</i>	<i>ESTADO CIVIL</i>	<i>COR</i>	<i>OCUPAÇÃO PROFISSIONAL</i>	<i>ESCOLARIDADE</i>	<i>LOCAL DE MORADIA</i>
Julia	23	Solteira	Negra	Secretária	Ensino Superior em andamento	Goiânia – GO
Renata	33	Solteira	Parda	Auxiliar administrativa	Ensino Médio Completo	Goiânia – GO
Rute	23	Solteira – namorando	Negra	Secretária	Ensino Médio Completo	Itaueira – PI
Iolanda	37	Solteira – morando com namorado	Branca	Professora e cantora	Ensino Superior completo	Recife – PE
Carol	25	Solteira – namorando	Branca	Estudante	Ensino Superior em andamento	Recife – PE
COMUNIDADE CABANA						
Estevão	28	Solteiro – namorando	Branco	Professor e estudante de pós-graduação	Pós-Graduação-mestrado em andamento	Belo Horizonte - MG
Gilberto	29	Solteiro – namorando	Branco	Jornalista e publicitário	Ensino Superior concluído	São Paulo – SP
Fábio	27	Solteiro	Branco	Engenheiro químico	Ensino Superior Concluído	Santo André – SP
Leonardo	22	Solteiro	Branco	Estudante	Ensino Superior em Andamento	Rio de Janeiro – RJ
Edson	27	Solteiro – noivo	Branco	Analista de Sistemas	Ensino Superior completo	Curitiba - PR
Tales	28	Casado	Branco	Analista de Sistemas	Ensino Superior Incompleto	Goiânia – GO
Felipe	23	Solteiro	Branco	Estudante	Ensino Superior em andamento	São Paulo - SP

Iago	26	Solteiro	Branco	Engenheiro e estudante de mestrado	Pós-graduação em andamento	Recife - PE
Giovani	25	Solteiro	Branco	Analista de Sistemas	Ensino Superior Completo	Campinas – SP
Vicente	30	Casado	Branco	Empresário	Ensino Superior Completo	São Paulo – SP
Douglas	29	Solteiro	Branco	Empresário	Ensino Superior Completo	Campinas – SP
Pedro	24	Solteiro	Branco	Free Lancer e Professor	Ensino Superior em andamento	Joinville - SC
Alessandro	21	Solteiro	Branco	Estudante	Ensino Superior em andamento	São Paulo - SP
Tomaz	25	Solteiro – namorando	Branco	Corretor Imobiliário	Ensino Superior Completo	Juiz de Fora – MG
Alan	28	Solteiro – namorando	Branco	Analista de sistemas	Ensino Superior Completo	Curitiba - PR
COMUNIDADE O LUGAR						
Renata	35	Solteira	Branca	Especialista em Recursos Humanos	Ensino Superior Completo	Campinas – SP
Paulo	35	Solteiro	Branco	Professor Universitário	Pós-graduação – doutorado completo	São Paulo – SP
Renato	30	Divorciado	Branco	Biólogo	Ensino Superior Completo	Campinas – SP
Gabriel	26	Solteiro	Branco	Secretário	Ensino Superior Completo	Diadema – SP
Luana	24	Solteira	Branca	Advogada	Ensino Superior Completo	São Paulo - SP
Rita	52	Divorciada	Branca	Psicóloga	Pós-graduação – doutorado Completo	Rio de Janeiro - RJ