

As *sugar babies* são empresas e os *sugar daddies* são investidores-anjo: uma análise sobre os relacionamentos *sugar* e suas vinculações com elementos de uma racionalidade neoliberal*

Sugar babies are companies and sugar daddies are angel investors: an analysis of sugar relationships and their links with elements of a neoliberal rationality

Jorge Leite Júnior^a, Bruno Henrique Benichio Alves Barbosa^b

Resumo Os relacionamentos *sugar* heterossexuais são compostos pelos *sugar daddies* e pelas *sugar babies*. A ajuda financeira é um fator imprescindível para essas configurações, uma vez que elas presumem cenários em que um *sugar daddy* arca com os gastos financeiros e aspirações de consumo de uma *sugar baby* conforme as negociações que ambos fazem entre si ao decorrer do vínculo. Majoritariamente, essas pessoas se conhecem através de sites de relacionamentos que prometem conectá-las. Este artigo apresenta uma análise acerca das diferenças, como as de gênero, classe, raça e idade, e de uma racionalidade neoliberal em relacionamentos *sugar*, exprimindo o percurso de uma etnografia realizada em contextos digitais que coletou e analisou os seguintes dados: 1) Perfis de *sugar babies* em um site de busca por relações *sugar*; 2) Entrevistas com *sugar babies*; 3) Publicações do site em suas vias digitais de divulgação. De modo geral, constata-se que esses relacionamentos se configuram mediante hierarquias sociais fundamentadas em desigualdades de gênero, classe e raça, e visualiza-se a operacionalidade de uma racionalidade neoliberal que inculca nesse meio o empreendedorismo de si como condição fundamental para o encontro do par ideal.

Palavras-chave Relacionamentos *sugar*. Sites para relacionamentos. Mídias digitais. Racionalidade neoliberal. Diferenças.

Abstract *Heterosexual sugar relationships consist of sugar daddies and sugar babies. Financial support is an essential factor in these configurations since they presuppose*

* Este artigo é fruto de uma pesquisa de Mestrado financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP – Processo 2021/14306-0).

a Departamento de Sociologia e Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos (PPGS/UFSCar). Email para contato: jorgeleite@ufscar.br.
b Mestrando em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos (PPGS/UFSCar). Email para contato: brunohbab@estudante.ufscar.br.

scenarios in which a sugar daddy bears the financial expenses and consumption aspirations of a sugar baby, according to the negotiations that both make with each other during their bond. Mostly, these people meet through dating sites that promise to connect them. This article presents an analysis of differences, such as those of gender, age, and race, and of a neoliberal rationale in sugar relationships. An ethnography, carried out in digital contexts, collected and analyzed the following data: 1) Profiles of sugar babies on a sugar dating site; 2) Interviews with sugar babies; 3) Publications of the site in its digital dissemination channels. In general, it appears that these relationships are configured through social hierarchies based on gender, class and racial inequalities, and the operability of a neoliberal rationality is observed, which inculcates self-entrepreneurship in this environment as a fundamental condition for the match of the ideal pair.

Keywords Sugar relationships. Dating sites. Digital media. Neoliberal rationality. Differences.

MULHERES EMPRESAS E HOMENS INVESTIDORES: UM PREÂMBULO AO UNIVERSO AÇUCARADO

No Brasil, os *relacionamentos sugar*¹ foram popularizados em meados de 2015, ano em que foi inaugurado um site de relacionamentos especializado para a procura desse tipo de relação. Pouco a pouco, o tema passou a ser abordado pela televisão brasileira, tanto a partir de sua teledramaturgia, quanto do seu jornalismo. Como pudemos observar desde o início da pesquisa, a qual se desdobra desde julho de 2021, o fenômeno vem sendo difundido nas mídias digitais a partir de sites e aplicativos destinados para a busca de uma *relação sugar*.

No universo heterossexual, esse relacionamento é composto pelo intermédio de uma mulher que se nomeia como *sugar baby* e de um homem que se intitula como *sugar daddy*². Um fator imprescindível que fundamenta essa configuração é a ajuda financeira, uma vez que a *relação sugar* presume um cenário em que o *sugar daddy* financie a *sugar baby* conforme as negociações que ambos fazem entre si ao decorrer do vínculo.

Esse compromisso econômico pressupõe que o homem auxilie a mulher em suas ambições profissionais e aspirações de consumo, conjuntura na qual um *sugar daddy* pode prover quantias monetárias para os gastos mensais de uma

1 Todas as palavras e frases estilizadas em itálico neste texto aludem aos termos e aos relatos enunciados pelo campo de pesquisa.

2 Existem *relacionamentos sugar* entre pessoas do mesmo gênero, além de relações entre *sugar mommies* e *sugar babies* homens.

sugar baby, como: mensalidades de uma faculdade privada, custos de moradia e alimentação, cursos de idiomas ou especialização, intervenções estéticas e cirúrgicas, dentre outras despesas. Ademais, existe uma ideia de que os *sugar daddies* poderiam auxiliá-las em seus processos de desenvolvimento pessoal e profissional por intermédio de conselhos e ajudá-las na ampliação de redes de *networking*, considerando as experiências desses sujeitos no universo corporativo.

Para além do auxílio financeiro, espera-se que os *sugar daddies* e as *sugar babies* possuam algum grau de compatibilidade afetiva entre si e busquem construir um relacionamento amoroso com trocas igualitárias de amor e sexo. Os sujeitos que buscam um *relacionamento sugar* apenas por dinheiro são nomeados de *salt daddies* e *salt babies* pelo campo de pesquisa³. Portanto, esse meio considera que uma *relação sugar legítima* é aquela em que ambos os amantes se propõem a criar laços de afeto associados aos acordos monetários.

O modelo sobre o qual se assenta os *relacionamentos sugar* não é tão inédito e distinto em relação a outros já explorados pelas ciências sociais. Por exemplo, Viviana Zelizer (2005, p. 8; 2009, p. 154) e Miriam Adelman (2011, p. 135) demonstram como o dinheiro e a lógica econômica estão conectados com diversas relações sociais que envolvem afeto, como os familiares, as de amizade e as amorosas. Do mesmo modo, os trabalhos de Adriana Piscitelli (2010, p. 108; 2011, p. 9) apresentam há décadas relacionamentos transnacionais que envolvem simultaneamente amor, sexo e ajuda financeira. De qualquer modo, o que é novo e específico no cerne das *relações sugar* é o fato de a busca por elas e a procura por informações se edificarem em um segmento digital de exploração comercial na linha de sites e aplicativos para a procura de parceiros.

Este artigo versa sobre as diferenças, como as de gênero, classe, raça e idade, e a racionalidade neoliberal presente em *relações sugar*, apresentando uma etnografia realizada em contextos digitais que analisou os seguintes dados: 1) Perfis de *sugar babies* no Raro Talismã, um site de busca por *relações sugar*; 2) Entrevistas com *sugar babies*; 3) Publicações do site em seu *blog* oficial e em suas redes sociais digitais de divulgação⁴. Nesse panorama, esta investigação se soma a uma série de pesquisas brasileiras que relaciona os usos sociais da tecnologia com estudos de gênero e sexualidade, propondo-se, de modo singular, a investigar os manuseios de mídias digitais para a procura de *relacionamentos sugar* no Brasil.

3 *Salt* significa sal em inglês. A palavra é usada para contrapor com *sugar* que quer dizer açúcar em nosso idioma.

4 A entrada no site para a coleta dos perfis e as entrevistas realizadas foram feitas somente pelo mestrando.

SISTEMATIZAR E ORGANIZAR A SUA VIDA COMO SE ELA FOSSE UMA EMPRESA: EMPREENDEDORISMO DE SI EM UM SITE PARA RELACIONAMENTOS *SUGAR*

Durante o século XIX, o liberalismo disparou seus esforços contra o Estado mercantilista e suas corporações, promovendo a edificação de um novo sistema intelectual político-econômico. Posteriormente, ao longo da segunda metade do século XX, as crises petrolíferas dos anos 1970 e a dificuldade do Estado em promover a regulação monetária e fiscal provocou a queda da autenticidade do modelo fordista de produção e o descrédito da proposta keynesiana de controle estatal da economia, o que engendrou o período que se nomeia de reestruturação produtiva (Harvey, 1992, p. 135).

É nessa fase que floresce o neoliberalismo nos Estados Unidos, atacando as propostas liberais, sobretudo, aquelas que propunham a intervenção estatal na economia. Em geral, os teóricos neoliberais defendem a privatização das empresas estatais, dos serviços e das políticas públicas, como as referentes à educação, trabalho, saúde, previdência social, dentre outras. Por esse ângulo, o Estado seria o vilão responsável pela dívida pública e pela desigualdade social. Logo, a regulamentação das atividades econômicas e produtivas deveria ficar apenas a cargo do setor privado, pois seria a partir da livre iniciativa dos indivíduos que promoveríamos não somente o equilíbrio econômico, mas também a prosperidade individual e a igualdade social (Dardot, Laval, 2016, p. 136).

No Brasil, o neoliberalismo se estabeleceu acentuadamente nos anos 1990 com os governos de Fernando Collor de Mello e Fernando Henrique Cardoso. De acordo com Paulo Nogueira Batista (2009, p. 5), o país passou a se orientar por políticas neoliberais a partir do *Consenso de Washington*, documento elaborado por economistas de instituições financeiras localizadas em *Washington D.C.*, como o Fundo Monetário Internacional (FMI), o Banco Mundial e o Departamento do Tesouro dos Estados Unidos. Esse consenso teve como finalidade produzir recomendações para as economias dos países latino-americanos, sugerindo que eles passassem a se orientar por princípios neoliberais (Batista, 2009, p. 10).

Tendo como contexto o neoliberalismo, uma vasta bibliografia das ciências humanas discute em que medida a sua racionalidade e a lógica econômica capitalista pode moldar os padrões de comportamento do campo dos afetos e das emoções. Em outras palavras, considera-se que as lógicas que regem o universo empresarial produzem efeitos sobre os corpos, edificando modelos que os indivíduos são estimulados a seguir não somente quando transitam em âmbitos laborais, mas igualmente quando se relacionam e buscam parceiros para laços amorosos e/

ou sexuais (Illouz, 1997, p. 186; 2007, p. 18; 2019, p. 24). Sendo assim, o neoliberalismo pode ser simultaneamente pensado enquanto um sistema cultural produtor de subjetividades, emoções e afetos para além de ser considerado um fenômeno indutor de práticas governamentais e dinâmicas econômicas.

Esse panorama nos indica que a esfera das relações produtivas e a dos afetos não são universos independentes e regidos por lógicas distintas e impermutáveis, e sim, que são mundos que se intersectam conjuntamente⁵ (Adelman, 2011, p. 135; Zelizer, 2005, p. 8; 2009, p. 154). Além disso, esse enquadramento teórico nos aponta que o entrelaçamento entre intimidade e mercado não se insere de modo causal e hierárquico, como se esse cruzamento fosse configurado por relações unilaterais ou de causa e efeito. Em outras palavras, o neoliberalismo não engendra determinantemente as subjetividades e as relações sociais vivenciadas no âmago da esfera dos afetos e das emoções, pois, nem todas as nossas vivências foram colonizadas pelo mercado⁶ (Illouz, 1997, p. 186).

Na intersecção do mercado capitalista com as emoções e a sexualidade, Eva Illouz ressalta há décadas que o amor romântico passa, no que ela nomeia de pós-modernidade, a absorver uma lógica e um vocabulário oriundo da esfera econômica. Em *Cold intimacies: the making of emotional capitalism* (2007, p. 18), a autora apresenta de que modo um discurso empresarial e uma narrativa feminista incidiram efeitos na esfera dos relacionamentos ao longo do último século, gerando um constante processo de racionalização e inspeção sobre as ações e emoções consumadas no entorno de elos românticos.

Ao analisar a biografia de Oprah Winfrey (2003, p. 16) e a construção da personagem Anastasia Steele do romance erótico *Cinquante nuances de grey* (2014, p. 48), Eva Illouz exhibe os modos pelos quais determinadas produções culturais e literaturas de autoajuda acionam uma narrativa egocentrada de emancipação feminina mediante o modelo de uma mulher de sucesso, incutindo ao público leitor a ideia de liberdade sexual e de empoderamento feminino a partir de personagens

5 Segundo Weber (1982, p. 376), apesar de as esferas sociais serem, em algum nível, autônomas e possuírem lógicas e éticas próprias de funcionamento, elas também se entrelaçam na modernidade, estabelecendo afinidades eletivas entre si.

6 Ressaltamos tais constatações nos últimos dois parágrafos para reforçarmos que apesar de concebermos a racionalidade neoliberal como pano de fundo para os *relacionamentos sugar*, não a consideramos como algo causal para a conformação dos mesmos, como se as lógicas do mundo do trabalho precarizado se plasmassem como fatores integrais e determinantes na vida daqueles que buscam ou estão em uma relação como essa, uma vez que existem outros elementos que se entrelaçam com o neoliberalismo enquanto um princípio de realidade do mundo, como os referentes ao âmbito dos afetos e das emoções.

que atingiram seus apogeus de trabalho e prazeres simplesmente pelo intermédio dos seus próprios esforços autônomos e empreendedorismos de si.

Edgar Cabanas e Eva Illouz (2022, p. 11) apresentam que o capitalismo comercializa copiosas *emodities*, produtos culturais que difundem ideais individualistas de saúde mental, felicidade, amor, inteligência emocional e autoestima. Portanto, os bens culturais veiculados em um extenso mercado de autoajuda fornecem referências para as pessoas se aprimorarem na esfera do trabalho e do amor, fontes essas que supostamente viabilizariam a conquista da felicidade e de um relacionamento próspero⁷. Em um contexto abundante de digitalização e dataficação da vida (Segata, Rifotis, 2021, p. 187), e de uma internet cada vez mais incorporada, corporificada e cotidiana em nossas existências (Hine, 2015, p. 19), o neoliberalismo reverbera seu padrão de subjetividade para um extenso mercado dos afetos designado por inúmeros serviços comerciais digitais para a busca de parceiros.

Richard Miskolci (2017, p. 259) e Larissa Pelúcio (2019, p. 215) demonstram a existência de uma economia do desejo que se manifesta no cerne de aplicativos e sites de relacionamentos. Desta forma, as buscas digitais se estruturam a partir dos valores que circundam o mundo do trabalho precarizado e o mercado financeiro. Os afetos em tempos tecno-neoliberais se constituem em um processo que Pelúcio (2022) nomeia de “uberização do amor”, o qual se baseia na desigualdade de gênero e no individualismo, exigindo nos sujeitos uma ampla competência emocional [...] para se lançar no mercado dos afetos como empreendedoras/es que deveriam saber administrar seus sentimentos e potencializar suas habilidades emocionais (Pelúcio, 2022, p. 206). A partir desse panorama, podemos compreender que para maximizar seus prazeres, ser feliz ou encontrar um par perfeito, o consumidor alvo desses serviços comerciais digitais precisa ser um empreendedor de si.

As mídias digitais são o resultado de um desenvolvimento tecnológico adjunto a uma experiência histórica de expansão da internet comercial que, apesar de continuidades qualitativas, se define em contraposição às possibilidades de participação e criação referenciadas no cerne das mídias analógicas. Diferentemente das mídias analógicas, e sobretudo, com o advento das tecnologias portáteis de acesso à internet, as mídias digitais e seus usos generalizados se caracterizam por oportunidades de criação, compartilhamento e reprodução, nos quais, os usuários

7 Isso não quer dizer que esses produtos solucionam as inseguranças enfrentadas pelos amantes em relacionamentos afetivos, pois os inserem em uma lógica de mercado, reproduzindo, no campo da sexualidade, as mesmas incertezas e angústias das relações encontradas no contemporâneo universo do trabalho flexível, uberizado e orientado por políticas neoliberais (Illouz, 2019, p. 11; Pelúcio, 2022, p. 206).

usualmente assumem papéis de protagonismo manifestos em suas posições de criadores e consumidores.

Desde o último século, a produção de novas tecnologias digitais é acompanhada de anseios otimistas e libertários, seja dos seus desenvolvedores, de interesses políticos, da comunidade científica ou da sociedade civil. Geralmente, as expectativas que permeiam a criação de inovações tecnológicas acompanham discursos corporativos, sobretudo, de empresas localizadas na região do Vale do Silício⁸ (Loveluck, 2018, p. 83; Sadin, 2016, p. 41). No início dos anos 2000, o aprimoramento do que se nomeia no *marketing* como *web 2.0* se designou pela abertura de oportunidades para a criação de conteúdos em contextos digitais, possibilitando fenômenos diferentes daqueles da *web 1.0*, tendo em vista que a partir do século XXI, nos transferimos para um quadro tecnológico que se caracteriza aquém de um simples consumo de informações em sites e redes sociais digitais, mas igualmente por ambientes em que os usuários se tornam produtores de conteúdo (Baym, 2011, p. 384).

De qualquer forma, Nancy Baym (2011, p. 399) destaca que um elemento substancial que circunda a *web 2.0* é que os conteúdos são engendrados pelos usuários, mas, em contrapartida, são controlados por grandes corporações e interesses de mercado. Nessa lógica, as plataformas digitais comumente se fundamentam em um modelo de negócios que vende a ideia de que há liberdade no curso do perambulo digitalmente mediado e executado pelos usuários, além de frequentemente advogar a concepção de que elas expandiriam as possibilidades de si e empoderariam os usuários, inserindo-os em uma posição horizontal de aparente protagonismo. Tal narrativa pode se solidificar para trabalhos subordinados por meio de plataformas digitais, como a *Uber*, em ativismos digitais em redes sociais como o *Facebook* e *Instagram*, e em sites de buscas por parceiros afetivo-sexuais (Abílio, Amorim, Grohmann, 2021, p. 27; Miskolci, 2021, p. 29; Pelúcio, 2022, p. 206; Schradie, 2017, p. 86).

Sendo assim, seja a partir da ideia de compartilhamento igualitário entre consumidores e produtores no âmago da plataformização do trabalho, ou seja, através da utopia da democracia digital e da fantasia do par perfeito, esses serviços comerciais digitais advogam que as trocas entre seus usuários e desenvolvedores são feitas entre iguais, e que todos podem auferir possibilidades de criação, participação e desenvolvimento pessoal. Tal narrativa corporativa mascara a oligopolização da internet e o acirramento de um capitalismo da vigilância, acentuando

8 O Vale do Silício se situa no sul da região da Baía de São Francisco, no estado da Califórnia, Estados Unidos. Esse território é um local que abriga diversas empresas globais de tecnologia, como *Facebook*, *Google* e *Apple*.

a legitimação de novas formas de controle e exploração social ao apontar somente as promessas de liberdade, satisfação e realização pessoal por meio de aplicativos e redes sociais digitais⁹ (Loveluck, 2018, p. 83; Sadin, 2016, p. 41; Schradie, 2017, p. 89; Zuboff, 2019, p. 508).

A partir de textos em seu *blog* e pequenos vídeos em redes sociais digitais de divulgação, como o *Instagram* e o *TikTok*, o Raro Talismã anuncia sua proposta: conectar *sugar babies* e *sugar daddies* em uma perspectiva de relações afetivas horizontais e de benefício e compartilhamento mútuo. As postagens veiculam a ideia de que ser uma *sugar baby* é sinônimo de desprendimento frente à situação de classe, pois o *daddy* seria um atalho para o crescimento profissional da *baby*.

Para além de poder pagar cursos profissionalizantes para uma *sugar baby*, a idealização vendida pelo site é a de que a presença do *sugar daddy* enquanto um parceiro auxiliaria na criação e/ou ampliação de redes e habilidades profissionais, considerando que esse homem está inserido em posições elevadas no mundo do trabalho, possuindo contatos profissionais promissores, e podendo ajudar sua parceira a conquistar bons empregos ou ocupações vantajadas. Além disso, considerando sua inserção enquanto dono de empresas ou em cargos de gerência nessas ambiências, ele também poderia ser uma espécie de mentor profissional para sua *sugar baby*, fornecendo dicas, conselhos e ensinamentos acerca do mundo empresarial, e aprimorando, conseqüentemente, as competências e habilidades laborais da *sugar baby*.

Em sentido similar, uma *relação sugar* poderia fornecer uma abertura para essa mulher se empoderar e se livrar das garras machistas e limitantes de relacionamentos convencionais com homens mais novos e potencialmente imaturos, pois o *sugar daddy* seria um homem maduro e experiente que estabeleceria uma conexão sadia com a sua parceira além de auxiliá-la profissionalmente¹⁰.

Ainda que com figuras propagandísticas que, geralmente, somente apresentam mulheres brancas e magras portadoras de um padrão de beleza socialmente hegemônico em cenários deslumbrantes (Silva, 2020, p. 73), o site veicula que

⁹ Ao elaborarmos tais apontamentos, não nos aproximamos de um determinismo tecnológico apresentado por Baym (2015, p. 24), o qual consideraria os sujeitos como inativos em relação às tecnologias e incapazes de lidar ou transformar seus impactos potencialmente nocivos. Destacamos que como qualquer outro artefato tecnológico socialmente modelado (Mackenzie, Wajcman, 1999, p. 3), a internet e seus serviços são compostos por interesses, políticos, econômicos e culturais, cabendo ao pesquisador explorar seus usos sociais e analisar suas contradições em produzir efeitos positivos e negativos simultaneamente (Miller, Horst, 2015, p. 103).

¹⁰ De modo geral, todas essas crenças do ideário *sugar* foram replicadas durante as entrevistas realizadas com as *sugar babies*. Elas qualificam as possibilidades de crescimento profissional e pessoal a partir de um *sugar daddy* como sinônimos de agência, independência, empoderamento feminino e liberdade.

seus serviços comerciais serviriam para quaisquer públicos femininos independentemente das diferenças entre eles, bastando que as usuárias invistam sobre si mesmas para alcançar o *sugar daddy* ideal. Tal investimento se refere a certas habilidades corporais e culturais que essas mulheres têm que perseguir para serem vitoriosas nesse meio *sugar*. Em diversas publicações, os conselhos se referem a modos de se aperfeiçoar corporalmente de acordo com padrões hegemônicos de beleza, maneiras de se portar em um sentido generificado, e a caminhos que elas podem percorrer para aprimorarem seus arcabouços culturais expressos em conhecimentos gerais do mundo empresarial, da história, da política nacional e internacional e da economia global.

Em suma, verifica-se que uma *sugar baby* deve efetuar um intenso trabalho emotivo e introspectivo para ser uma parceira desejável, executando uma capitalização de si em diversas esferas da vida que supostamente promoveria o encontro de um *provedor* perfeito. Por esse ângulo, o modelo de *relacionamento sugar* comercializado pelo Raro Talismã se aloca em repertórios da racionalidade neoliberal ao se permear de narrativas que incitam as *sugar babies* a um empreendedorismo de si para alcançar os *sugar daddies* e ascender profissionalmente, como se bastasse suas agências individuais para a conquista de tal objetivo, independentemente de quaisquer recortes de gênero, raça, corpo e idade.

Deste modo, essa empresa se comercializa a partir da ideia de que seus serviços digitais seriam alternativas excepcionais para driblar as desigualdades de classe e gênero reproduzidas no cerne do sistema capitalista. Assim como outros ramos de exploração comercial na linha de aplicativos e redes sociais digitais como aqueles relacionados ao mundo do trabalho subordinado por meio de plataformas digitais, o Raro Talismã se ostenta e se comercializa em suas publicações como uma viabilidade não somente para o encontro de um “amor verdadeiro”, mas igualmente como uma oportunidade inédita para o sucesso profissional.

JÁ SOFRI AMEAÇAS DE PROCESSO JUDICIAL EM RAZÃO DISSO: DESAFIOS ETNOGRÁFICOS E PERCURSOS ESTRATÉGICOS DE PESQUISA¹¹

A primeira entrevista dessa pesquisa ocorreu com Letícia, uma *sugar baby* que foi *influencer* de *relacionamentos sugar* no *Instagram*¹². Mulher branca,

11 Agradecemos os comentários preciosos de Larissa Pelúcio, Carolina Parreiras, Patrícia Pavesi e Cristiane Vilma de Melo sobre questões éticas implicadas no desenvolvimento desta etapa da pesquisa.

12 *Influencer* é um termo êmico utilizado na internet para se referir às pessoas que possuem uma abundância de seguidores e os inspiram a partir dos seus ideais e estilos de vida. Não foi possível explorar o porquê de ela ter desativado seu perfil, considerando que ele ainda estava ativo

cisgênera e heterossexual, autodeclarada como *mestiça/oriental*, ela possui um filho, vive em um Estado da Região Sul do Brasil, é advogada há mais de 10 anos e casada há quase um ano com um *sugar daddy* que conheceu no Raro Talismã.

Esse site de relacionamentos averigua todos os perfis cadastrados e possui critérios de avaliação para permitir a entrada de usuárias em sua plataforma. Frequentemente no *Instagram*, Letícia advertia para suas seguidoras que é necessário criar outro perfil se a *baby* estiver na fila de espera por mais de um mês. Semelhantemente às recomendações publicitárias do site, quase todas as *sugar babies* me contaram que para conseguir ser aceita rapidamente é necessário que: 1) As fotos pessoais sejam bem nítidas e sem efeitos gráficos, ilustrando a *sugar baby* dos ombros ao topo da cabeça; 2) As paisagens de fundo podem ser diversas, desde que sejam favoráveis ao enquadramento do rosto da usuária; 3) As imagens não podem estampar vestimentas que possuam decotes ou que sejam socialmente reputadas como vulgares; 4) As descrições de perfil devem ser sucintas, diretas e objetivas, e precisam apresentar um *português correto*.

Letícia me disse que as *sugar babies* podem ser banidas da plataforma, caso saiam do molde esperado após serem aceitas no site. Fiquei curioso em saber se ela achava que o mesmo aconteceria com os *sugar daddies*. A *influencer* me disse que esses usuários nunca sofrem algum tipo de punição nas redes sociais *sugar* porque “a mão é sempre mais favorável pra quem tem poder aquisitivo, isso em qualquer lugar, na nossa justiça, na nossa sociedade e nas plataformas não é diferente”.

Ao longo de nossa entrevista, Letícia me disse que não basta que a *sugar baby* coloque fotos de alta definição e uma descrição convincente em seu perfil para ser aprovada rapidamente no Raro Talismã, pois existem alguns elementos sociais operando na velocidade da análise e no próprio aceite em si: “Se ela for loira ou ruiva, a chance é maior de aprovação. E são coisas que eu não coloco ali no perfil se não fica muito claro a discriminação e eu já sofri ameaças de processo judicial em razão disso”.

Perguntei se essas ameaças vieram de alguma rede social *sugar*. Sem titubear, ela me respondeu de modo assertivo: “Isso! Das plataformas. Então, eu não exponho essa parte da forma como eu estou expondo pra você justamente porque já sofri o risco de processo judicial”. Essas declarações pautaram minha decisão de inserir um nome fictício às colaboradoras de pesquisa e à rede social

quando conversamos. Atualmente, Letícia usa outra conta no *Instagram* para postar conteúdos referentes a seu estilo de vida, dia a dia e comércio online de vestimentas.

sugar, visando proteger não somente as interlocutoras, mas também me preservar de ameaças que poderiam advir da plataforma. De modo similar, e objetivando que elas não sejam identificadas, as localizações geográficas das entrevistadas não são publicizadas diretamente ao decorrer desta exposição.

A minha primeira tentativa de entrada nesse campo de pesquisa se deu no início de julho de 2021. A princípio, me cadastrei no Raro Talismã me apresentando como um pós-graduando em Sociologia pela Universidade Federal de São Carlos. O site forneceu duas opções de cadastro para mim, no caso, *sugar baby* ou *sugar daddy*. Refleti que seria prudente me registrar como *sugar baby*, alternativa que eu mais me encaixaria.

Ao me cadastrar como *sugar baby*, tive que passar pela já mencionada fila de espera. Esperei algumas semanas e meu perfil continuou na fila, isto é, não foi aceito. Depois de um tempo, percebendo que eu tinha caído em um limbo digital, me esforcei novamente para criar um perfil mais convincente. Desta vez, refleti que o site não obteria vantagens econômicas ao aceitar uma pessoa realizando pesquisa acadêmica no seu âmbito. Portanto, decidi não me anunciar como pesquisador no registro, me comprometendo em me declarar como tal após o aceite no site. Mesmo assim, não fui aceito novamente.

Durante esse período de espera, me dei conta que mesmo aprovado com ou sem um perfil de pesquisador, eu não conseguiria acessar os perfis das *sugar babies*, dado que enquanto um *sugar baby*, eu apenas poderia visualizar perfis de *sugar mommies* e *sugar daddies*. Sendo assim, decidi tentar acesso às possíveis colaboradoras de pesquisa por intermédio de mídias digitais correlatas, pois já tinha visto anteriormente a presença de *sugar babies influencers* no *Instagram*.

A primeira entrevista da pesquisa realizada com Letícia me abriu as portas para conhecer outras *sugar babies* em um movimento gradativo de recomendações uma das outras conforme eu realizava as entrevistas. Em um certo momento, decidi pedir ajuda para Beatriz, uma colaboradora de pesquisa bastante gentil, que ao longo de nossa entrevista, tinha me dito que era uma *máquina de aprovar perfis* no Raro Talismã¹³. relatei para ela que eu não conseguia ser admitido no Raro Talismã mesmo após algumas tentativas e estratégias. Beatriz sugeriu que eu criasse um *perfil fake*¹⁴ de *sugar daddy* para entrar no site e conseguir acesso ao público-alvo desta pesquisa, ou seja, as *sugar babies*. Outra recomendação foi

13 Beatriz é uma mulher cisgênera, branca, heterossexual e educadora que reside em um Estado da Região Sul do Brasil. Assim como Letícia, ela também possui um filho.

14 *Perfil fake* é um termoêmico na internet utilizado para se referir a um tipo de conta criada para ocultar a identidade “real” de um usuário.

a de que eu poderia criar um *perfil fake* de *sugar baby*, pedindo fotos de alguma amiga e utilizando as mesmas descrições do perfil dela para ser aceito no site.

Refleti que utilizar um *fake* me inseriria em graves problemas éticos de pesquisa. Portanto, decidi criar um perfil vazio, isto é, me registrei sem colocar fotos e descrições de perfil, visando me distanciar da criação de uma identidade falsa. Além disso, não entrei em contato com nenhuma *sugar baby*¹⁵. Cheguei a pensar que eu poderia me anunciar como pesquisador após o cadastro como *sugar daddy*. De qualquer modo, tive receio ao pensar que meu perfil poderia ser banido e/ou que eu poderia receber alguma espécie de notificação judicial pelo site.

O primeiro passo no cadastro no Raro Talismã é informar se você é um *sugar daddy* ou uma *sugar baby*. Os *sugar daddies* podem entrar livremente sem preencher os longos dados de perfis, como fotos e características corporais. Mesmo com o cadastro aceito rapidamente, eles possuem um acesso limitado, considerando que não podem ler mensagens enviadas pelas *sugar babies* e tampouco entrar nos perfis delas para visualizar os elementos dos mesmos. Com essas restrições, eles somente conseguem ver uma área central do site composta pela disposição de diversos perfis das usuárias.

Para ter um acesso básico no site, o *sugar daddy* precisa contratar um tipo de assinatura que pode variar de R\$299 a R\$999 mensais. Os dois montantes podem ser menores conforme os pacotes de 3 ou de 6 meses que o *sugar daddy* pode contratar e conseguir descontos. Os perfis que pagam mais caro ficam em destaque em uma aba da rede social. Já os que arcam com os valores menores apenas dispõem de um acesso minimamente funcional, como trocar e visualizar mensagens.

A admissão de uma *sugar baby* no site pode ocorrer mediante um único pagamento que varia na média de R\$250. Após pagar, o campo desta pesquisa menciona que o aceite no site é bem rápido. Após aceita no Raro Talismã, uma *sugar baby* pode contratar uma espécie de pacote *premium* que a habilita estar em destaque em uma aba do site. O pagamento dessa assinatura é opcional. Fora a opção de pagar um valor único para entrar, a única alternativa após o cadastro é esperar ser aceita e ficar em uma espécie de fila de espera. Nessa fila, a *sugar baby* não consegue visualizar e acessar nada quando realiza o *login* no Raro Talismã, apenas se depara com uma notificação de que seu perfil está em análise pelo site.

15 Adiciono que pelo fato de não ser um perfil pago, não é possível visualizar as mensagens que as *sugar babies* enviam.

O Raro Talismã advoga que a fila de espera serve para filtrar os perfis que entram na plataforma e provocar uma melhor experiência de usuário. Em suas vias de divulgação digital, o site ressalta que cada cadastro é averiguado por uma equipe que trabalha 24 horas analisando os perfis registrados e evitando a entrada de pessoas em busca ou fornecendo serviços sexuais. Além disso, o Raro Talismã relata que o aceite da *sugar baby* depende da quantidade de *sugar daddies* em sua localização geográfica¹⁶.

Ao longo de nove entrevistas, foi perguntado para as *sugar babies* o que elas achavam da fila de espera. Algumas mencionam que a fila é apenas para *enrolar a menina e fazer ela pagar pra entrar*, poucas assimilam e aceitam as justificativas da plataforma e outras não dialogaram muito sobre essa questão por terem sido aceitas rapidamente no site. Ainda que não seja uma regra, notei que as usuárias brancas de faixa etária entre 18 e 25 anos conseguem ser admitidas sem delongas na rede social *sugar*. As *sugar babies* que se autodeclararam para mim como *fora do padrão* não obtêm êxito em serem aceitas rapidamente no site. Muitas esperam meses e nunca são admitidas na plataforma, como no caso de Marcela, uma mulher cisgênera, bissexual e autônoma que vive na Região Sul do Brasil. Essa colaboradora de pesquisa se autodeclarou como *parda* e relatou que não foi aprovada em redes sociais *sugar* mesmo após algumas tentativas.

O Raro Talismã não notifica as usuárias se os seus perfis cadastrados foram negados, tampouco disponibiliza justificativas individuais para a reprovação. As *sugar babies* deduzem que seus cadastros não foram aceitos por ficarem muito tempo na fila de espera, e comumente tentam criar outros perfis. Fiquei curioso para saber o que Marcela pensa sobre suas desaprovações nas plataformas, indagando-a: *Por que você acha que ainda não foi aceita?* Marcela pensa, mas responde rapidamente: *Olha, primeiro cadastro que eu fiz, eu acho que eu não coloquei umas fotos muito condizentes com a plataforma. Na segunda, porque eu não sou padrão?! Porque o que a plataforma procura são mulheres padrão, né? (...) Eu já vi que algumas meninas entram, elas pegam fotos de mulheres padrões, aí elas colocam lá na plataforma, e depois que elas são aceitas, elas retiram as fotos e colocam as delas.*

Esse relato ilustra nitidamente que as mulheres socialmente reputadas como *fora do padrão*, como aquelas que não são brancas ou magras, não são admitidas no site e comumente optam por pagar a taxa única de entrada para conseguirem

16 Não é possível afirmar se essa seleção é realmente feita por pessoas que trabalham avaliando os perfis cadastrados ou se é efetuada por algum gênero de inteligência artificial e algorítmica.

entrar no Raro Talismã, como ocorreu com Débora, mulher branca, pedagoga, cisgênera e heterossexual de 31 anos que vive em um Estado da Região Centro-Oeste do Brasil. Débora me disse que já foi insultada por um *sugar daddy* na plataforma por ela ser considerada uma mulher *mais velha*. Considerando essas declarações, vemos que o Raro Talismã possui uma seleção de perfis consoante as diferenças, sobretudo àquelas assentadas em corpo, pertencimento étnico-racial e idade.

TEM TODOS OS TIPOS POSSÍVEIS E IMAGINÁVEIS: SUGAR BABIES, DIFERENÇAS E RACIONALIDADE NEOLIBERAL

Carlos é o *sugar daddy* marido de Letícia. O colaborador de pesquisa é um homem cisgênero de 51 anos, heterossexual, branco e empresário no setor de tecnologia. Em nossa entrevista, ele me contou que os *relacionamentos sugar* permitem discricção, segurança e tranquilidade para os *daddies* casados, pois a *baby* se insere no elo sabendo o seu papel e os limites que existem em se relacionar com um homem comprometido. Cansado da rotina monótona do seu outro casamento, Carlos pesquisou por sites para “pessoas casadas” na internet.

Para o público masculino, os *relacionamentos sugar* representam uma possibilidade de fuga da vida conjugal monogâmica, uma oportunidade para reviver uma sexualidade serial que é comumente interpretada como um atestado de masculinidade e virilidade para os homens. Financiar uma *sugar baby* é mais barato que custear diferentes trabalhadoras convencionais do sexo na semana, além de proporcionar um namoro fixo com troca de afetos, cuidado e carinho.

No plano simbólico, relacionar-se com uma *baby* também é vantajoso, considerando que essa personagem não é vista por esse campo como uma *prostituta*, distanciando-se, portanto, da indústria do sexo. Ao não performar a figura moralizada de trabalhadora do sexo, a *sugar baby*, enquanto uma jovem sonhadora, não seria aquela pessoa que percorre os guetos urbanos e os espaços historicamente condenados às sexualidades e aos estilos de vida dissidentes.

No Brasil, diversos segmentos e sujeitos que circulam em diferentes mercados do sexo tentam se distanciar do estigma da prostituição, como a pornografia e o *webcamming* (Caminhas, 2021, p. 6). No caso de *relações sugar*, a troca de afetos e de emoções romanceadas entre *sugar babies* e *sugar daddies* é uma ferramenta utilizada pelo Raro Talismã e pelas mulheres entrevistadas para distanciarem suas vivências de alguma modalidade de trabalho sexual.

Nessa lógica, a separação entre a esfera do mercado e a dos afetos é feita pelo campo de pesquisa para fundamentar o argumento de distanciamento que

ele tenta realizar para se diferenciar da indústria do sexo ou de qualquer modalidade de trabalho sexual. Essa empreitada é efetuada a partir da justificativa de que nos *relacionamentos sugar* se estabelecem vínculos afetivos e experiências romaneadas para além de negociações utilitárias, contexto que, do ponto de vista do campo, os diferenciaria, em geral, de quaisquer serviços sexuais (Gunnarsson, Strid, 2021, p. 9; 2022, p. 313; Nayar, 2017, p. 337; Scull, 2020, p. 151; 2022, p. 11; Upadhyay, 2021, p. 6).

Ao mesmo tempo que efetua tal separação a partir do argumento supracitado, o campo arbitrariamente também sincretiza as esferas, efetuando boas combinações entre intimidade e economia (Zelizer, 2009, p. 154), advogando que a união das duas é o pilar de sustentação de uma *relação sugar*, tanto para o seu funcionamento, quanto para sua legitimação enquanto um vínculo autêntico e promissor¹⁷.

Quando perguntei para Carlos como eram as *sugar babies* que ele via no Raro Talismã antes de se casar com Letícia, ele me respondeu com uma leve risada: “Ah, tem de tudo que é tipo.” Prolongo a pergunta solicitando que ele especificasse um pouco mais o perfil delas e a resposta veio em seguida: “Olha, eu posso dizer que têm todos os tipos possíveis e imagináveis, né? Tem, tem pessoas que normalmente tão buscando auxílio financeiro. Principalmente buscando auxílio financeiro! Acho que é o primeiro ponto. Tem pessoas com ensino super baixo, ensino médio e pessoas com faculdade, formadas já, então assim, posso te dizer que não existe um padrão, tá?”

Ao longo dos 6 dias de exploração etnográfica, registrei 50 perfis de *sugar babies* em pasta protegida com senha no meu notebook pessoal. Os perfis se caracterizam pela anúncio de aspectos físicos e estilos de vida dispostos em abas com diversas opções. As opções a serem escolhidas pelas consumidoras e consumidores são dadas pelo próprio site. Isso quer dizer que não há um espaço para digitação livre e sim apenas alternativas que o Raro Talismã fornece. A possibilidade de digitar se concretiza apenas nas abas obrigatórias de preenchimento como: “Frase de apresentação”; “Sobre mim”; “O que está procurando?”.

Os dados expressos em estilo de vida e aspectos físicos a serem obrigatoriamente preenchidos pelas *sugar babies* são: idade; cidade; altura; estado civil; filhos;

17 Apesar de funcionarem a partir de dinâmicas que permeiam outros mercados do sexo, permitindo-nos efetuar comparações e visualizar tendências da indústria do sexo no seu âmago (Gunnarsson, Strid, 2021; p. 9, 2022, p. 313; Nayar, 2017), os *relacionamentos sugar* e suas integrantes não se confundem prontamente com “prostitutas”, “acompanhantes” e/ou “garotas de programa”. Defini-los se baseando em outros serviços oferecidos nos mercados do sexo relegam a compreensão de suas particularidades a segundo plano, sendo sociologicamente prudente explorar sua organização e estruturação singular (Scull, 2020, p. 151; 2022, p. 11).

formação acadêmica; profissão; à procura de; fumo; bebida; gosta de viajar?; tipo de corpo; tom de pele; cabelo; cor dos olhos. “À procura de” se refere a uma espécie de indagação sobre a orientação sexual, ainda que o site permita ser preenchida somente por “homens”, “mulheres” ou “homens e mulheres”. “Fumo” e “Bebida” são para as usuárias responderem com que intensidade e frequência ingerem bebidas alcoólicas ou fumam.

Além disso, ainda que seja em um cadastro de *sugar baby*, as alternativas para diversas perguntas são retratadas no masculino. Por exemplo, as respostas possíveis para tipo de corpo e tom de pele, são: magro; médio; musculoso; em forma; um pouco acima do peso; grande e amoroso e branco/caucasiano; pardo/mulato; negro/afrodescendente; latino/hispânico; asiático japonês; asiático chinês; asiático coreano; asiático outros; indiano; oriente médio e outros.

Os aspectos referentes à classe social não são possíveis de serem coletados nos perfis das *sugar babies* porque não há uma opção para elas declararem suas rendas. Nesse sentido, as questões relacionadas à classe social das *sugar babies* foram exploradas durante as entrevistas que realizei com as mulheres que obtive acesso por indicações iniciadas por Letícia. Essa última colaboradora me contou que sua renda familiar ultrapassa cinquenta mil reais. As demais interlocutoras de pesquisa relataram possuir uma renda de no máximo cinco mil reais, subtraindo as mesadas dos seus *sugar daddies*. Algumas que ainda estão procurando um *sugar daddy*, possuem rendas de até dois mil reais, e duas das entrevistadas me relataram estar sem renda¹⁸.

Encontrei apenas 2 perfis de *sugar babies* acima de 30 anos no Raro Talismã. Visualiza-se uma presença maior de mulheres que possuem a faixa etária de 20 a 28 anos. Segundo algumas usuárias entrevistadas e conforme o discurso publicitário das redes sociais *sugar*, não existe uma idade definida como regra para ser uma *sugar baby* ou um *sugar daddy*. Apesar disso, é evidente que as mulheres acima de 30 anos possuem mais dificuldades para serem admitidas na plataforma, restando a opção de pagar para entrar no Raro Talismã, como ressalté ao falar de Débora, ou mesmo acrescentando aqui o caso de Marcela, que me disse que ainda não conseguiu entrar porque não quer pagar.

18 Ainda que opcional, os *sugar daddies* declaram suas classes sociais a partir das abas “renda mensal” e “patrimônio pessoal”. A título de exemplo, as opções variam de “R\$10 mil” a “R\$150 a R\$500 mil” ou “Ok, eu sou muito rico” em renda mensal. Em patrimônio pessoal, é possível inserir “menos de R\$100 mil” até “mais de R\$100 milhões”. Não há nenhum tipo de verificação por parte do site sobre essas informações serem verdadeiras ou não.

A maioria delas são solteiras, sem filhos, estão à procura de homens e cursando o ensino superior. Visualizei apenas uma que se define como divorciada, quatro que procuram homens e mulheres e oito que possuem somente o 2º grau. É possível constatar que nesse meio existem muitas estudantes buscando meios de sustentar seus estudos, como apareceu na maioria dos relatos que ouvi durante as entrevistas.

Apenas nove delas possuem ao menos um filho. Apesar de eu não ter encontrado nenhum perfil de mulher casada, Letícia e Beatriz me disseram que existem mulheres casadas ou namorando nesse meio, o que, segundo elas, é *quase regra para os sugar daddies*, ou seja, é comum que eles estejam procurando relações extraconjugais. Ademais, as ocupações profissionais delas são bem variadas. Uma grande parcela se insere na opção “outras” que não especifica a atuação laboral.

A maior parte delas se definem entre as opções de magra, média ou em forma. Coletei apenas um perfil de usuária que inseriu a opção “acima do peso”. De modo similar, apenas uma das entrevistadas, a Beatriz, se definiu como *Baby Plus*, referindo-se à *plus-size*. Ademais, 70% delas se definiram a partir da opção “branco/caucasiano”, 20% como “pardo/mulato”, 6% como “negro/afrodescendente” e 4% como “outros”.

Durante as entrevistas, as colaboradoras de pesquisa definem os *sugar daddies* como homens maduros, educados e generosos. Nos termos de Letícia, são investidores-anjo que valorizam suas companheiras e reconhecem os potenciais delas, ao passo que objetivam não somente ajudá-las financeiramente, mas também auxiliá-las em seus processos de profissionalização e desenvolvimento pessoal, fornecendo conselhos acerca do mundo do trabalho e gestão de empresas. Nesse panorama, o site e as interlocutoras relatam que para conquistar o *daddy* ideal e auferir os benefícios que ele pode proporcionar, requer-se um empreendimento corporal e subjetivo. Portanto, a *baby* deve se adereçar com roupas e acessórios discretos, cuidar do seu cabelo e unhas, ser educada, gentil e retida e se inteirar acerca de atualidades do mundo e de elementos sociais e culturais das classes abastadas.

Imagine que você é uma pequena empresa com um grande potencial. Você enxerga que tem um grande potencial e o sugar daddy é o investidor anjo. E ele vê em você esse grande potencial ele quer investir. Só que você, a empresa, não sabe onde quer chegar. Não tem um plano, de metas, negócios, objetivos claros e definidos. E aí você dispensa aquele investidor porque você não sabe bem o que você quer da vida. E o investidor vai partir para o próximo investimento. E lá na frente você fala: “Putz! Eu devia ter feito tal coisa”, só que aí

you lost the investor, you lost the opportunity. If you don't know where you want to go, I won't tell you, your daddy won't tell you either, but you probably will regret it (Relato coletado em agosto de 2021 no Instagram de Leticia).

Nessa lógica, as colaboradoras de pesquisa invocam a mesma racionalidade mercadológica e generificada veiculada pelo Raro Talismã, crendo ser a partir de um empreendedorismo de si que elas encontrarão e manterão um *sugar daddy*. Foi recorrente ouvir as colaboradoras reproduzirem uma culpabilização de si por não alcançarem um *sugar daddy* ideal. Em uma perspectiva egocentrada e assentada na racionalidade neoliberal, algumas falam que ainda não encontraram seus *provedores* porque existem elementos nelas que precisam ser identificados e aprimorados.

Laura, uma mulher cisgênera bissexual de 21 anos, é estudante de graduação, mora em uma cidade pequena da Região Centro-Oeste do país e se autodeclarou como *parda* na entrevista. Em suas narrativas, ela me explicou que ainda não encontrou um *sugar daddy* porque não se dedicou para isso de modo vivaz. Inclusive, ela me disse que nossa conversa foi benéfica para ela refletir sobre o que precisa melhorar¹⁹.

Apesar da forte presença de relatos que denotam o *sugar daddy* como atalho para o sucesso profissional, Laura significa o *relacionamento sugar* como sinônimo de realização pessoal no amor. Nessa lógica, esse tipo de relação imerso em um ramo digital de comodificação dos afetos parece conseguir vender para as usuárias o já conhecido ideal romântico que veicula a utopia do par perfeito. Simultaneamente, esse site igualmente conquista seu propósito invocando nas suas usuárias as fantasias neoliberais da contemporaneidade que elas cabalmente replicam, expectando que será através da prática empreendedora de si que elas atingirão um *sugar daddy*, e conseqüentemente, o sucesso profissional e a emancipação feminina.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em mente que se trata de um segmento digital de exploração comercial e que é um fenômeno socialmente modelado como qualquer outro, mesmo antes de efetuar o trabalho de campo ou as entrevistas, havia a desconfiança da narrativa

¹⁹ A responsabilização da mulher pelo sucesso e gestão emocional dos relacionamentos é um elemento histórico que se estende para o amplo mercado online dos afetos (Illouz, 2019, p. 25).

de que nesse campo de pesquisa haveria possibilidades para todas as mulheres vivenciarem um *relacionamento sugar*. Os dados das entrevistas e do trabalho de campo no Raro Talismã demonstram que a maioria das mulheres que se inserem nesse segmento são brancas e socialmente consideradas jovens e magras. Essas usuárias já possuem uma inserção no ensino superior, performam papéis de gênero baseados em um sistema binário e portam algum tipo de capital cultural que um homem cisgênero e heterossexual de classe média alta ou de elite espera.

Apesar de se distanciarem em algum nível das idealizações veiculadas pelo Raro Talismã, as *sugar babies* replicam constantemente as fantasias publicitárias do site, esperando que será a partir de um intenso empreendedorismo de si que elas encontrarão o investidor ideal. Nesse sentido, a rede social *sugar* e suas usuárias operam de modo complementar em uma sistêmica conjuntura comoditizada dos afetos. Ambas esperam funcionar em seus propósitos comerciais e/ou pessoais: de um lado, vender um serviço comercial digital, e de outro, alcançar o empoderamento feminino e a ascensão profissional em um contexto político-econômico contemporâneo permeado pelo universo do trabalho flexível, uberizado e orientado por políticas neoliberais.

Para Letícia, o sucesso profissional e pessoal foi atingido. Casou-se com um *sugar daddy* e abriu sua própria empresa online. Débora anseia conseguir a ajuda de um *provedor* para abrir sua própria clínica de massagens. Embora tenha se separado do seu *daddy*, Beatriz quer se profissionalizar cada vez mais e, quem sabe, inaugurar seu próprio negócio em uma capital da Região Sul do Brasil. Marcela também quer abrir sua própria empresa, mas mal conseguiu entrar na plataforma. Laura deseja mudar de vida, sair de sua cidade atual que a limita profissionalmente e encontrar seu verdadeiro amor.

Concerne a essa pesquisa em andamento o objetivo de visualizar se as finalidades dessas pessoas se concretizam empiricamente. Em outros termos, convertendo em pergunta uma frase afirmativa invocada veemente pelo campo de pesquisa, fica a questão: os *sugar daddies* são atalhos para as *sugar babies* alcançarem seus sucessos profissionais?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABÍLIO, Ludmila.; AMORIM, Henrique.; GROHMANN, Rafael (2021). Uberização e plataformização do trabalho no Brasil: conceitos, processos e formas. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 23, n. 57, p. 26-56. <https://doi.org/10.1590/15174522-116484>
- ADELMAN, Miriam (2011). Por amor ou por dinheiro? Emoções, discursos, mercados. *Contemporânea: Revista de Sociologia da UFSCar*, São Carlos, v. 1, n. 2, p. 117-38.

<https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/43>
(acesso em 18/04/2023).

- BATISTA, Paulo Nogueira (2009). “O consenso de e a visão neoliberal dos problemas latino-americanos”. In: BATISTA JÚNIOR, Paulo Nogueira (org.). *Paulo Nogueira Batista: pensando o Brasil: ensaios e palestras*. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, p. 115-62.
- BAYM, Nancy (2011). “Social Networks 2.0”. In: CONSALVO, Mia.; ESS, Charles (orgs.). *The handbook of internet studies*. Hoboken: Wiley-Blackwell, p. 384-405.
- BAYM, Nancy (2015). *Personal connections in the digital age*. Cambridge: Polity Press.
- CABANAS, Edgar; ILLOUZ, Eva (2022). *Happycracia: fabricando cidadãos felizes*. São Paulo: Ubu Editora.
- CAMINHAS, Lorena Rúbia Pereira (2021). Webcamming erótico comercial: nova face dos mercados do sexo nacionais. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 64, n. 1, e184482, p. 1-22. <http://dx.doi.org/10.11606/1678-9857.ra.2021.184482>
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian (2016). *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo Editorial.
- GUNNARSSON, Lena.; STRID, Sofia (2022). Chemistry or service? Sugar daddies’ (re) quest for mutuality within the confines of commercial exchange. *The Journal of Sex Research*, v. 59, n. 3, p. 309-320. <https://doi.org/10.1080/00224499.2021.1952155>
- GUNNARSSON, Lena.; STRID, Sofia (2021). Varieties of *sugar* dating in Sweden: content, compensation, motivations. *Social Problems*, spab063. <https://doi.org/10.1093/socpro/spab063>
- HARVEY, David (1992). *Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Edições Loyola.
- HINE, Christine (2015). *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Academic Publishing.
- ILLOUZ, Eva (2007). *Cold intimacies: the making of emotional capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- ILLOUZ, Eva (1997). *Consuming the romantic utopia: love and the cultural contradictions of capitalism*. Berkeley: University of California Press.
- ILLOUZ, Eva (2014). *Hard romance: Cinquante Nuances de Grey et nous*. Paris: Éditions du Seuil.
- ILLOUZ, Eva (2003). *Oprah Winfrey and the glamour of misery: an essay on popular culture*. New York: Columbia University Press.
- ILLOUZ, Eva (2019). *The end of love: a sociology of negative relations*. Oxford: Oxford University Press.

- LOVELUCK, Benjamin (2018). *Redes, liberdades e controle: uma genealogia política da internet*. Petrópolis: Vozes.
- MACKENZIE, Donald; WAJCMAN, Judy (1999). “Introductory essay: the social shaping of technology”. In: MACKENZIE, Donald; WAJCMAN, Judy. *The social shaping of technology*. Philadelphia: Open University Press, p. 3-27.
- MILLER, Daniel; HORST, Heather (2015). O Digital e o Humano: prospecto para uma Antropologia Digital. *Parágrafo*, São Paulo, v. 2, n. 3, p. 91-111. <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/334> (acesso em 18/04/2023).
- MISKOLCI, Richard (2021). *Batalhas morais: política identitária na esfera pública técnico-midiatizada*. Belo Horizonte: Autêntica.
- MISKOLCI, Richard (2017). *Desejos digitais: uma análise sociológica da busca por parceiros on-line*. Belo Horizonte: Autêntica.
- NAYAR, Kavita Ilona (2017). Sweetening the deal: dating for compensation in the digital age. *Journal of Gender Studies*, v. 26, n. 3, p. 335-346. <http://dx.doi.org/10.1080/09589236.2016.1273101>
- PELÚCIO, Larissa (2019). *Amor em tempos de aplicativos: masculinidades heterossexuais e a nova economia do desejo*. São Paulo: Annablume.
- PELÚCIO, Larissa (2022). A uberização do amor - aplicativos de encontros em cenário tecnoliberal e pandêmico. *Revista TOMO*, Sergipe, n. 41, p. 199-232. <https://doi.org/10.21669/tomo.vi41.17480>
- PISCITELLI, Adriana; et al (2011). *Gênero, sexo, amor e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil*. Campinas: UNICAMP/PAGU.
- PISCITELLI, Adriana (2010). “Gringas ricas”: viagens sexuais de mulheres europeias no Nordeste do Brasil. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 53, n. 1, p. 79-115. <https://doi.org/10.1590/S0034-77012010000100003>
- SADIN, Éric (2016). *Silicoolonisation du monde: l'irrésistible expansion du libéralisme numérique*. Le Kremlin-Bicêtre: L'échappée.
- SCHRADIE, Jen (2017). Ideologia do Vale do Silício e desigualdade de classe: um imposto virtual em relação à política digital. *Parágrafo*, São Paulo v. 5, n. 1, p. 85-99. <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/564> (acesso em 18/04/2023).
- SCULL, Maren (2020). “It’s its own thing”: a typology of interpersonal sugar relationships scripts. *Sociological Perspectives*, v. 63, n. 1, p. 135-58. <https://doi.org/10.1177/0731121419875115>

- SCULL, Maren (2022). Sugaring as a deviant career: modes of entering sugar relationships and social stigmas. *Deviant Behavior*, v. 43, n. 12, p. 1-23. <https://doi.org/10.1080/01639625.2022.2061391>
- SEGATA, Jean; RIFIOTIS, Theophilos (2021). Digitalização e dataficação da vida. *CIVITAS: revista de Ciências Sociais*, v. 21, n. 2, p. 186-92. <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.40987>
- SILVA, Caroline Rodrigues (2020). *As sugar babies e os relacionamentos afetivos monetários: a (res) significação da atividade do sexo a partir do mundo sugar*. Dissertação (mestrado). Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo.
- UPADHYAY, Srushti (2021). Sugaring: understanding the world of *sugar daddies* and *sugar babies*. *The Journal of Sex Research*, v. 58, n. 6, p. 775-84. <https://doi.org/10.1080/00224499.2020.1867700>
- WEBER, Max (1982). “Rejeições religiosas do mundo e suas direções”. In: GERTH, Hans.; MILLS, Charles Wright (orgs.). *Ensaio de Sociologia*. Rio de Janeiro: Guanabara, p. 371-410.
- ZELIZER, Viviana (2005). *The purchase of intimacy*. Princeton: Princeton University Press.
- ZELIZER, Viviana (2009). Dinheiro, poder e sexo. *Cadernos Pagu*, [S. l.], n. 32, p. 135-57. <https://www.scielo.br/j/cpa/a/vxhJpXpdCxhYZYKGn8yRnLS/?format=pdf&lang=pt> (acesso em 18/04/2023).
- ZUBOFF, Shoshana (2019). *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. New York: PublicAffairs.