

A experiência de si de *sugar babies* em relacionamentos *sugar*¹

Karem Sâmia Pamplona Pires ²

Resumo expandido

A busca por um relacionamento afetivo difere consideravelmente entre homens e mulheres, conforme a análise de Valeska Zanello (2018). Ela destaca que as mulheres se submetem aos dispositivos amoroso e materno, enquanto os homens se inserem no dispositivo da eficácia. Para as mulheres, amar e ser escolhida no amor tornam-se aspectos identitários, enquanto o dispositivo materno exige a priorização das necessidades alheias em detrimento das próprias. Por outro lado, o dispositivo da eficácia delinea a masculinidade hegemônica, pautada na virilidade sexual e laborativa. A performance masculina é definida pela atuação sexual ativa e pelo papel de provedor. Zanello argumenta que, na cultura atual, o processo de subjetivação feminina e a relação consigo mesma são influenciados pelo olhar masculino, conferindo à experiência amorosa e ao sentimento de ser escolhida um papel crucial na formação da identidade feminina.

A metáfora da "prateleira do amor" de Zanello (2018) ilustra as ínfimas oportunidades que as mulheres têm de exercer escolhas. Elas são impelidas a se tornarem a melhor opção possível para serem escolhidas e, conseqüentemente, a dedicarem-se àqueles que as escolheram. Nesse contexto, o corpo feminino é transformado em capital simbólico e matrimonial, colocando o ideal estético como mediador do lugar ocupado por essas mulheres na prateleira.

¹ Trabalho apresentado no painel temático Afetos, sexualidades e tecnologias: redes de controle e de insurgência do XVI Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Universidade Federal de Santa Maria/RS, realizado nos dias 28 de novembro a 01 de dezembro de 2023.

² Doutoranda em Psicologia Social e Institucional da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, karem.pamplona@gmail.com.

Essa prateleira hierarquiza modelos ideais, reforçados pelo avanço do capitalismo e do individualismo, relegando mulheres negras, indígenas, gordas, mais velhas e com deficiência para o fundo. Essa dinâmica leva as mulheres a se auto objetificarem para conquistar melhores posições na "prateleira do amor".

Shulamith Firestone (1976) afirmou que o amor para as mulheres pode se tornar um serviço em tempo integral, comparável à profissão para os homens. Zanello (2018) corrobora, destacando o investimento quase exclusivo das mulheres nos relacionamentos amorosos.

Neste cenário, plataformas como o "Meu Patrocínio" questionam dinâmicas relacionais tradicionais. Elas propõem um modelo de "relacionamento com benefícios mútuos", envolvendo *sugar daddies*, homens mais velhos que patrocinam, e *sugar babies*, em sua maioria mulheres jovens em busca de patrocínio.

Em um contexto em que a busca por relacionamentos e conexões assume diferentes formas, as *sugar babies* podem buscar relacionamentos mutuamente benéficos com sujeitos mais velhos e financeiramente estáveis, conhecidos como *sugar daddies* ou *sugar mommies*. Essas relações podem envolver aspectos financeiros, como apoio financeiro, presentes e oportunidades, em troca de companhia, afeto e, em alguns casos, até mesmo orientação. É importante considerar a diversidade de experiências entre as *sugar babies*, pois cada pessoa pode ter motivações e vivências únicas nesse tipo de relacionamento. Além disso, é essencial abordar questões éticas, como consentimento, poder e exploração potencial que podem surgir nesse contexto.

Quando nos voltamos para o trabalho realizado pelas *sugar babies*, percebemos que, de certa forma, essas mulheres estão evidenciando o aspecto laboral inerente a muitos relacionamentos. Em uma tradição que costumeiramente impõe às mulheres uma carga substancial de trabalho não remunerado, especialmente nos relacionamentos cisheteronormativos, essa responsabilidade inclui desde afazeres domésticos não remunerados até o trabalho emocional, que envolve fornecer apoio e cuidado ao parceiro.

No âmbito dessas relações, as *sugar babies*, ao buscarem um relacionamento fundamentado em apoio financeiro, profissional e emocional, estão estabelecendo uma conexão evidente entre o que convencionalmente é associado a amor e cuidado, e o trabalho intrínseco a esse processo. A citação de Silvia Federici, "o que eles chamam de amor, nós chamamos de trabalho não pago"³ desempenha um papel crucial ao contextualizarmos o trabalho das *sugar babies*. Essa frase se integra à discussão sobre como essas mulheres buscam uma compensação financeira por seu envolvimento em relacionamentos afetivos, desafiando a preconcepção de que o amor e o cuidado devem ser oferecidos de maneira altruísta e não remunerada.

Em última análise, a declaração de Federici e a postura adotada pelas *sugar babies* sinalizam para uma transformação nas percepções sobre trabalho, gênero e relacionamentos. Elas ressaltam a urgência de reconhecer e valorizar o trabalho presente nas relações afetivas, ao mesmo tempo em que questionam as normas de gênero que, ao longo da história, desvalorizaram esse trabalho, especialmente quando desempenhado por mulheres. Essa abordagem desafia paradigmas arraigados, apontando para uma reconsideração fundamental das dinâmicas de trabalho e gênero no contexto dos relacionamentos modernos.

As redes sociais e plataformas online tornam-se espaços fundamentais onde as dinâmicas dos relacionamentos *sugar* se desenvolvem e se organizam. Esses ambientes virtuais conectam *sugar daddies* e *sugar babies*, proporcionando a eles a oportunidade de estabelecerem relacionamentos e acordos. A eficácia e acessibilidade oferecidas pelas tecnologias digitais contribuem para a autonomia das *sugar babies* ao entrar nesse tipo de relacionamento. Contudo, é crucial destacar que esses relacionamentos também refletem valores, expectativas e desejos compartilhados.

³ Disponível em <https://www.geledes.org.br/o-que-eles-chamam-de-amor-nos-chamamos-de-trabalho-nao-pago-diz-sil-via-federici/>

A tecnologia não apenas reflete, mas também molda ativamente nossas subjetividades, revelando-se como uma força influente. Por outro lado, ela abre novas possibilidades e horizontes, desafiando as normas estabelecidas. Assim, a tecnologia exerce um impacto direto na subjetivação dos indivíduos, frequentemente alterando a maneira como as pessoas vivenciam relacionamentos e estabelecem conexões afetivas. A ampliação da busca por relacionamentos, mediada pela tecnologia, não se limita apenas às experiências individuais, mas também abrange as implicações sociais inerentes a esse processo. Portanto, esse fenômeno nos convida a explorar não apenas como a tecnologia molda nossas interações, mas também como é moldada pelas complexas interações e aspirações dos sujeitos na busca por relacionamentos afetivos (MARACCI; MAURENTE; PIZZINATO, 2019).

Os aplicativos e redes sociais destinados à busca de parceiros exemplificam a abertura na relação com a tecnologia, oferecendo inúmeras possibilidades na composição dos perfis e na variedade de usos. Eles também refletem a fluidez das relações e atualizam as correlações entre consumo e relacionamentos afetivos (MARACCI; MAURENTE; PIZZINATO, 2019). É relevante destacar a diferença entre aplicativos móveis de busca de parceiros e redes sociais: os aplicativos, desenvolvidos com foco na mobilidade, facilitam encontros pela aproximação entre os usuários.

No Brasil, o "Meu Patrocínio" se destaca como principal plataforma para busca de relacionamentos *sugars*, ao passo que aplicativos como *Tinder* e *Happn*, embora amplamente utilizados, não foram desenvolvidos com esse objetivo específico. Similarmente aos aplicativos de relacionamento, o acesso ao "Meu Patrocínio" requer a criação de um perfil atraente para atrair parceiros. Entretanto, há uma avaliação do cadastro e uma lista de espera até a aprovação para utilização. A plataforma especifica os papéis de *sugar daddy* e *sugar baby*, descrevendo as vantagens oferecidas, além de disponibilizar conteúdos para preparar e despertar o interesse dos usuários por esses relacionamentos através da rede social.

Considerando os contratos econômicos que regem os relacionamentos matrimoniais cisheteronormativos e a exploração do trabalho de cuidado das mulheres pelo capitalismo, é

possível questionar se as *sugar babies* possuem maior autonomia em relação às aquelas inseridas nos modelos tradicionais de relacionamento, permeados pelos dispositivos materno e amoroso.

Ao analisar a territorialização dessas mulheres nesses relacionamentos, surge uma dualidade a ser considerada. Por um lado, argumenta-se que elas estão estabelecendo um território de político de potência, controlando suas escolhas e buscando benefícios econômicos, desafiando as normas sociais e redefinindo expectativas. Por outro lado, é crucial refletir sobre a possibilidade de endividamento afetivo nesses envolvimento, onde objetivos financeiros podem sobressair às necessidades emocionais e afetivas das mulheres, podendo resultar em relações desiguais ou exploradoras.

O objetivo de analisar a experiência das *sugar babies* na busca por relacionamentos *sugar* em aplicativos de relacionamento e redes sociais é compreender a configuração desses relacionamentos. Essa pesquisa busca abordar motivos, desafios, benefícios, impactos emocionais e psicológicos, expectativas, limites, dinâmicas de poder, negociações, formas de agência e resistência, ampliando a compreensão das complexidades e contradições presentes nesses contextos afetivos, assim como o papel do capitalismo e das estruturas sociais nessas dinâmicas.

Foucault (2001) discute a experiência de si como uma relação dos sujeitos com os discursos que os configuram, tanto de reconhecimento quanto de resistência. Nesse sentido, este estudo visa analisar como as mulheres, (auto) denominadas *sugar babies*, se experimentam na busca por um relacionamento *sugar* em aplicativos de relacionamento e redes sociais, bem como como tais relacionamentos se configuram.

Butler (1990) concebe o gênero como uma repetição estilizada de performances, influenciando na identidade dos sujeitos. Em paralelo, Foucault (2001) expõe como os discursos estabelecem relações de poder, configurando as experiências dos indivíduos. Estes discursos envolvem jogos de verdade, nos quais os sujeitos interagem historicamente e estabelecem suas experiências. Desse modo, a noção de experiência de si se desvincula da

interioridade do sujeito, evidenciando como os sujeitos atuam nos jogos de verdade que os constituem, resistindo e reconhecendo sua identidade, pois onde há relação de poder, há potencial para resistência.

Nesta lógica, os sujeitos possuem agência para responder e remodelar os discursos que os atravessam, configurando suas performances (BUTLER, 2015). As plataformas digitais de relacionamento, onde os usuários descrevem quem são e o que buscam, podem ser consideradas importantes espaços analíticos das construções de gênero. O estudo desses relacionamentos provenientes das plataformas digitais é fundamental para entender as diversas formas de viver e amar, bem como as interações dos sujeitos com a tecnologia nos dias atuais (MARACCI; MAURENTE; PIZZINATO, 2019).

Palavras-chave

Relacionamento *sugar*; *sugar baby*; aplicativos de relacionamento; experiência de si.

REFERÊNCIAS

BUTLER, J. Actos performativos y constitución del género: un ensayo sobre femonología y teoría feminista. In: CASE, S. H. (Orgs.). **Perfoming Feminisms: Feminist Critical Theory and Theatre**, Baltimore: Johns Hopkins Press, p.296-314, 1990.

BUTLER, J. **Relatar a si mesmo: crítica da violência ética**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

FIRESTONE, S. **A dialética do sexo-** um estudo da revolução feminista. Petrópolis: Vozes, 1976.

FOUCAULT, M. O que é um autor. In: MOTA, M. B. (Org.), **Ditos e Escritos III: Estética: Literatura e Pintura, Música e Cinema**. São Paulo: Forense Universitária, p. 264-298, 2001.

MARACCI, J. G.; MAURENTE, V. S.; PIZZINATO, A. Experiência e produção de si em perfis do aplicativo Grindr. **Athenea Digital**. 19(3), 2019.

ZANELLO, V. **Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação**. Curitiba: Appris, 2018.