



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

HELOISA YUMI UEKITA

INDIVIDUALISMO E DESENGAJAMENTO NA CONTEMPORANEIDADE: O
MERCADO DA SOLIDÃO NO MEIO VIRTUAL

UBERLÂNDIA

2022

HELOISA YUMI UEKITA

**INDIVIDUALISMO E DESENGAJAMENTO NA CONTEMPORANEIDADE: O
mercado da solidão no meio virtual**

Trabalho apresentado à Universidade Federal de
Uberlândia, como requisito para obtenção do título de
licenciada em ciências sociais.

Orientadora: Prof. Dr. Débora Regina Pastana

UBERLÂNDIA

2022

RESUMO

Esse trabalho tem como objetivo analisar o cenário social em que floresceu a mercantilização de simulações de relacionamentos e emoções como namorado(a)s, amigos e familiares de aluguel, abraçadores profissionais e centros de ressocialização de indivíduos isolados da sociedade por escolha própria; sob uma perspectiva social teórica que trata das modificações da modernidade para a contemporaneidade e suas repercussões em relações de amizade e romance.

Palavras-chave: contemporaneidade; sociologia contemporânea; mercantilização; solidão.

ABSTRACT

This dissertation aims to analyze the social scenario in which the commercialization of simulations of relationships and emotions, such as significant others, friends and family for rent, professional huggers and resocialization centers for individuals isolated from society by choice; flourished from a theoretical social perspective that deals with the changes from modernity to contemporaneity and its repercussions on friendship and romance.

Key-words: contemporaneity; contemporary sociology; commodification; loneliness.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
1. O DESENGAJAMENTO SOCIAL NA CONTEMPORANEIDADE	6
1.1. O PROCESSO DE INDIVIDUALIZAÇÃO CONFORME ZYGMUNT BAUMAN	6
1.2. O DESMANCHAR DA COMUNIDADE E SUAS CONSEQUÊNCIAS	10
2. RELAÇÕES	14
2.1. A MODIFICAÇÃO DAS RELAÇÕES SOCIAIS DE ROMANCE E AMIZADE	14
3. MERCADO DA SOLIDÃO: SIMULAÇÕES DE RELACIONAMENTO E AFETO A VENDA NA INTERNET	20
3.1. MERCADO DE APLICATIVOS E SITES DE RELACIONAMENTO AFETIVO	20
3.2. HIKIKOMORI E SERVIÇOS DE RESSOCIALIZAÇÃO	25
3.3. <i>RENTAL SERVICES</i> - SERVIÇOS DE ALUGUEL	27
3.4. ABRAÇADORES PROFISSIONAIS	31
CONCLUSÃO	36
REFERÊNCIAS	41

INTRODUÇÃO

Ao fazer terapia, uma das palavras que mais me chamou atenção foi “gatilho”, ou seja, qual a situação ou coisa que especificamente me deixava em um estado ansioso. Ao longo do processo terapêutico descobri que parte dos meus gatilhos eram escolhas, como a escolha de uma carreira, qual faculdade, continuar ou realizar uma transferência, permanecer na área ou no relacionamento. Problemas que continuam sendo trabalhados na terapia, mas me chamou atenção meu problema pessoal não ser somente particular, mas social. Como estudante de Ciências Sociais me surgiu a ideia de estudar, de alguma forma, esse fenômeno que vivi, não somente pela abordagem psicológica, mas sociológica.

Minha ansiedade ao tomar escolhas e minha insegurança sobre quem eu sou, e afirmo ser, se convergiram no interesse pela individualidade e contemporaneidade, abordadas na sociologia. Com auxílio de docentes, defini um nicho de pesquisa que procura analisar algumas das razões pelas quais sentimos tamanha insegurança nos tempos atuais. O que me chamou atenção foi um proeminente mercado que responde especificamente aos desejos imediatos e sofríveis de aplacar, ainda que temporariamente, a solidão, por meio da venda de diversas formas de simulação de afeto ou relacionamento social.

Denominei de “Mercado da solidão”, os serviços que se direcionam a abrandar o sentimento de solidão ou mesmo de reinserção social em troca de dinheiro. Aqui trabalho a palavra “solidão” dentro da categoria analítica a partir da sociologia das emoções, principalmente sob a perspectiva de Norbert Elias(2001) expressada na obra “A Solidão dos Moribundos seguidos de Envelhecer e morrer” na qual ele identifica a solidão não somente como a necessidade de contato sexual, mas proximidade emocional em meio ao isolamento emocional.

Dessa forma abordo a categoria em que são encontrados: abraçadores profissionais, família, amigos, namorados e namoradas de aluguel, assim como centros de ressocialização de *hikikomoris*.¹²

Assim, este trabalho visa discutir com base nas características da contemporaneidade e da mudança das relações interpessoais, esse novo mercado. Um mercado nitidamente recente, pertencente ao início do século XXI. Um nicho específico que aflora devido a certas condições sociais presentes na atualidade.

Trabalhei separando o texto em três momentos. O primeiro aborda reflexões críticas de teóricos (as) da Sociologia sobre a contemporaneidade e suas características específicas, principalmente sobre o esfacelamento do ideal comunitário e a crescente individualidade no presente. No segundo momento discorro sobre as implicâncias do contexto atual nas nas relações sociais e nas emoções em particular.

Em um terceiro momento apresento diversas formas de trocas monetárias ou empregatícias que envolvem a simulação de relações sociais afetivas, ou melhor, mediadas por simulacros de sentimentos. Ao final discuto como as diversas variáveis sociais da contemporaneidade podem ter ocasionado um cenário propício para a mercantilização dessas emoções, relações ou atos simuladamente afetivos sem cunho sexual.

¹ Em tradução livre: puxado para se fechar ou isolado em casa.

² SAITO, Tamaki.(斎藤環), *Shakaiteki hikikomori: Owaranai shishunki* (社会的ひきこもり: 終わらない思春期[Social Withdrawal: Puberty Without End].Tokyo: PHP Shinsho, 1998.

1. O desengajamento social na contemporaneidade

Para discutir esse tema sob perspectiva sociológica é importante compreender as elaborações acadêmicas de autores das Ciências Sociais sobre a contemporaneidade em relação à época moderna, uma vez que esses serviços só foram disponibilizados recentemente.

Dentro dessa categoria precisamos nos atentar principalmente às mudanças sociais na forma em que se percebe afetos e relacionamentos, e conseqüentemente as modificações nas atitudes sociais. Uma vez que essas alterações são parte crucial do motivo pelo qual esse mercado conseguiu se estabelecer na atualidade. Pretendo dessa forma dialogar com conceitos, modelos e apresentações de vários mercados recentes, que são voltados para diversas necessidades emocionais e sociais.

Trabalharei do macro ao micro. O primeiro aspecto abordado a seguir neste capítulo será a caracterização da contemporaneidade em relação às outras épocas humanas. Particularmente será discutido a individualização em contraposição ao ideal da comunidade. Assunto abordado por sociólogos como Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky, Anthony Giddens e Richard Sennett.

1.1. O processo de individualização

Na obra “Comunidade a busca por segurança no mundo atual”, Zygmunt Bauman afirma que na sociedade contemporânea os indivíduos vivem em intensa competitividade uns com os outros. Desde a escola até ao mercado de trabalho, o individualismo e autonomia são

extremamente valorizados nesses ambientes. Isso produz desconfiança, a insegurança diante do *status*, faz crescer a disputa entre os indivíduos em busca de ascensão social. Neste sentido surge também a necessidade de se criar um ambiente fictício em que as pessoas possam desfrutar de uma forma social mais acalentadora de vida, uma forma idealizada de vida comunitária.

A comunidade, vista pelo sociólogo polonês, se define como uma relação na qual se estimula o crescimento, confiança mútua de indivíduos e não a competição, conforme o autor um “paraíso perdido” de segurança e conforto nunca experimentado mas que remete a tempos antigos e idealizados que contrasta com a efemeridade das relações e posições sociais na atualidade.

Esse ideal comunitário embora presente no imaginário social é visto como uma ilusão por não considerar os lados negativos dessa convivência. De fato, existem algumas condições necessárias para que se haja os elementos positivos da relação comum, como a lealdade incondicional que se deve ter aos modos de vivência do grupo e não de indivíduos ou grupos que não sejam o seu respectivo. De forma enxuta a perda de liberdade e individualidade.

A problemática se envolve no antigo dilema filosófico da segurança e liberdade, ideais complementares porém incompatíveis, de forma que cada extremo sem o outro se torna algo pernicioso, por exemplo, a condição de escravo com a perda total de liberdade ou como a liberdade sem qualquer segurança, o abandono social dos indivíduos.

Dessa forma pode se observar a importância desses dois aspectos da vida humana, e qual deles está respectivamente mais e menos presente na realidade contemporânea. Época marcada pela individualidade, assim como pelo anseio de proteção e comunidade idealizadas. Bauman reflete em sua obra, como essa aspiração e contradições tem se manifestado.

Para ele, as tentativas de construção comunitária na hodiernidade seriam diferentes das comunidades no passado, as últimas sendo unidas geograficamente, pela língua, cultura e mesmo ofício. Diferenças nítidas, por conta da criação e popularização das tecnologias de

comunicação, transporte e até mesmo mudanças sociais das relações pessoais. Hoje a homogeneidade comunitária não seria espontânea e sim elaborada artificialmente.

A mudança acontece agora de forma consciente, passa de uma “massa confusa e variada” para um processo que envolve seleção, separação e exclusão. Produz-se uma unidade construída de forma intencional, cujas premissas de entendimento comum devem ser protegidas por meio de vigilância, reforços e defesa das crenças.

O filósofo francês Gilles Lipovetsky(1983) assim como Bauman, aponta para um novo processo de individualização e socialização, uma segunda revolução individualista. Na obra “A era do vazio” ele cria a teoria de um “processo de personalização” nascido da desagregação da sociedade e costumes, na época do indivíduo contemporâneo, do consumo em massa com emergência de um modo de socialização e de individualização inédito em ruptura com o instituído desde os séculos XVII e XVIII.

O universo dos objetos, imagens, informação e valores hedonistas, permissivos e psicologistas, que para o autor geraram uma nova forma de controle dos comportamentos. Florescia uma diversificação e flutuação imensa dos modos de vida, crenças, vida privada e papéis sociais: “Uma revolução permanente do cotidiano e do próprio indivíduo”.(Lipovesky, 1983, p. 8)

Para ele era evidente que se tratava de uma segunda revolução individualista, oriunda dos anos 20. Uma perspectiva comparativa e histórica de reciclagem do capital, mesmo que humanizada, se movendo de forma conjunta e síncrona com o sistema. Até esse momento, uma enorme quantidade de regras uniformes, convenções sociais, regulamentações ou a chamada “vontade geral” afogavam as particularidades, expressões e preferências que nos tornavam singulares.

Hoje novos valores como a “realização pessoal” (Lipovesky, 1983, p. 11), respeito às singularidades e “o direito de o indivíduo ser absolutamente ele próprio”(Lipovesky, 1983, p. 11) que tem como objetivo defender o livre desenvolvimento da personalidade íntima, legitimação do desfrutar de algo, dos pedidos únicos e a modificação das instituições de

acordo com as aspirações da população. Na visão de Lipovetsky não passam de uma extensão do capitalismo, e representam o individualismo em seu ápice.

Isso porque para ele “Viver livre e sem coação, escolher sem restrições o seu modo de existência” é o ápice do “processo de personalização” (Lipovesky, 1983, página 13) vindo da autonomia e da particularização de grupos, diversos tipos de minorias sejam elas políticas, regionais, linguísticas, movimentos alternativos de desejo de expressão. Se procura uma identidade para o “eu” e não se busca a universalidade como motivo das ações sociais e individuais. Nessa perspectiva a sociedade pós-moderna é notada como indiferente, saciada e estagnada em contraste com a modernidade crente no futuro e na ciência, repleta de grandes teorias sociais.

No artigo “Globalização, modernidade e individualização social”, a autora e socióloga Mitjavila (2004), também possui uma visão negativa da individualização, que para ela se caracteriza como mecanismos e processos que tornam a percepção dos problemas sociais como problemas individuais. Ela assim como Lipovetsky, vê na modernidade tardia um desencantamento com as fontes de significado coletivas como consciência de classe e fé no progresso.

A individualidade se sustentaria nessa perspectiva por se apoiar nas instituições sociais, que por sua vez regulam a modernidade capitalista. Em um processo dual ao mesmo tempo gerando e controlando por meio de processos e mecanismos o nível de desigualdade e exclusão. Esse poder regulatório se estenderia às relações entre agentes e estruturas sociais.

Mitjavila cita, nesse contexto sobre o desenvolvimento da modernidade, a suposição de Beck (LASH; WYNNE,1992) de que a modernização ao atingir um certo patamar, a relação controladora seria afrouxada pelos próprios agentes sociais. Baseada na individualização, essa mudança estrutural de vida seria a obrigatoriedade de escolhas sobre si. Sejam elas pessoais como casamento, filhos e outras decisões reflexivas como no mundo do trabalho que exige reestruturações e respostas rápidas e flexíveis.

Isso se traduz no apelo à responsabilização dos indivíduos na gestão de riscos sociais, que além de alterar essas percepções e aumentar a incerteza das pessoas, leva a uma relação diferente dos indivíduos com o Estado e demais instituições sociais. Há então uma radicalização da submissão de sujeitos individuais e coletivos a uma simbólica “lógica de mercado” que faz com que as pessoas percebam problemas sociais como oriundos de disposições familiares e psicológicas, por exemplo.

Existem dois pontos que a autora ressalta nesse sentido, o primeiro o fato dessa individualização ser compulsiva e não espontânea, com particularidades e compromissos diferentes para cada fase da vida. O segundo que o indivíduo deve ser capaz de tomar boas decisões para ele ou sofrer as consequências de suas ações, mas se desconsidera que o ser humano não vive dissociado da sociedade. Os problemas de classe ou desigualdade, são colocados como secundários, mas o ser humano continua sendo afetado por esses problemas.

Para Mitjavila, mais do que uma alienação nas sociedades capitalistas, se trata de uma esfarelamento da proteção institucional misturada com um novo darwinismo social. Se eliminam as condições nas quais os indivíduos poderiam ter realizações pessoais e simultaneamente os responsabiliza por seus destinos, mesmo não tendo controle de grande parte dos fatores externos que afetam sua vida.

Na conclusão de seu artigo ela coloca que a individualização se trata da alteração da relação entre indivíduo e instituições sociais. Essa mudança é percebida pela autora como extremamente contraditória, pois as pessoas mais carentes e desprotegidas de suporte social são responsabilizadas pelo seu destino e por lidar com os perigos do meio.

Outro importante ponto de sua consideração é que profissões como assistentes sociais, psicólogos, médicos educadores são mais suscetíveis a responsabilizar e culpar o indivíduo por sua jornada e escolhas tomadas. Desconsidera-se a natureza institucional de diversos problemas que afetam a vida dessas pessoas. Se orienta a construção das trajetórias biográficas por terem papéis relevantes como guardiões da ordem institucional.

Nessa passagem, foram abordadas questões atreladas ao desengajamento coletivo que repercute no esfacelamento comunitário e, por consequência, no crescente processo de individualização. Principalmente sobre como se deu esse processo, pretendo, a seguir, abordar também as consequências da crescente individualização.

1.2. O desmanchar da comunidade e suas consequências

Ao gancho da percepção de Bauman de que a contemporaneidade é marcada pela idealização comunitária e o aumento da individualização. Podemos agora observar a percepção de Richard Sennett (2008), no livro “A corrosão do caráter”, em que discute o afrouxamento dos laços comunitários ao comparar a modificação da vivência geracional de um pai e seu filho. O autor expõe um caso exemplar para abordar as consequências pessoais da transformação do tempo moderno ao contemporâneo, tanto associado ao mercado de trabalho como nas demais relações sociais.

Sennett (2008) conta a história de Rico, um homem que apesar de ter tido uma ascensão de classe social e estilo de vida, passava por turbulências internas. Seu emocional estava à deriva, os laços que tinha com sua comunidade de nascença e amigos ao longo da vida morriam por conta das mudanças geográficas que tinha que fazer, para manter o seu trabalho ou o de sua esposa.

Sua alma estava assolada pela falta de tempo para passar com os filhos, novamente por conta do trabalho. Ele deixa de dedicar afeto, conhecer seus filhos e ensiná-los a ética e a moral que geralmente os pais apresentam a seus filhos. Tudo o que seu pai Enrico pode oferecer para ele, e que ele acreditava ser importante.

Ele não conseguia sustentar os laços antigos, dar afeto ou orientar seus filhos; Rico se sentia consternado. Ele acreditava em solidez, no trabalho de forma ética, mas não tinha o tempo para ensinar isso pros filhos, também não era o exemplo que seu pai tinha sido para ele ao trabalhar e viver no mesmo lugar até a sua aposentadoria. Rico era flexível, não sólido, se adequava às curtas vivências em cada lugar e as peculiaridades de cada situação, portanto não conseguia se adequar aos ensinamentos que queria passar aos filhos.

Sennett aponta que essa série de mudanças apaga valores nos quais esses sistemas se moldavam como a hierarquia, confiança e compromisso mútuo da comunidade. Não se tem tempo de aprender em quem podem confiar, os laços humanos se erodem devido a flexibilidade que a vida moderna demanda. Nesse contexto incerto, a instabilidade é comum, o fracasso em qualquer sentido é visto como responsabilidade pessoal e os acomodados são os que prezam pela estabilidade. O preço da flexibilidade contemporânea para o autor é a corrosão do caráter.

Sob esse mesmo olhar do desmanche da comunidade, para o desabrochar da contemporaneidade, o sociólogo Anthony Giddens aponta em suas obras “As consequências da modernidade” (1991) e “Modernidade e Identidade” (2002), que a sociedade se encontra em um momento de “modernidade tardia” na qual se radicalizam as características do período moderno, pela rapidez das mudanças sociais e a grandiosidade dessas modificações, agora globais.

Desse modo se modifica a tradição, mas não se rompe com ela, ocorre a reinvenção e continuidade por meio de rituais de preservação da memória coletiva, anteriormente conhecidos e repassados por guardiões da tradição. Hoje, todavia são encaminhados por especialistas de cada área do saber aos seus sucessores e ao resto da sociedade. Essas alterações são vistas pelo aumento da influência de organizações internacionais e impessoais que trazem consigo benefícios e malefícios diferentes das pequenas comunidades.

Na visão de Giddens isso afeta principalmente o psicológico humano, na sensação de desamparo, impotência e insegurança em relação à vida nas pequenas comunidades, agora afetadas por questões mundiais de larga escala sob as quais individualmente ou mesmo agrupadamente, como comunidade, não se tem controle ou domínio.

Essa situação faz com que as pessoas desejem o que o autor denomina “segurança ontológica”, o querer da continuidade da auto-identidade da rotina, a continuidade da presença de indivíduos e o mesmo cenário na sua vida. Essa familiaridade e previsibilidade é tida pelo sociólogo como ferramenta de grande utilidade contra o medo do desconhecido.

Lipovetsky, de certa forma compartilha da mesma opinião, de que ainda ansiamos esperançosamente por uma “conexão especial” seja amorosa ou de amizade, principalmente pelas redes sociais, em anúncios e aplicativos. Todavia mesmo que o anseio seja o mesmo, quando essas relações de grande intensidade emocional acontecem tomamos-las como um acontecimento raro e breve.

Para esse cenário ele aponta que estamos em uma “deserção generalizada” na qual procuramos refúgio no outrem como um oásis, ao qual recorrer em uma sociedade consumida pelo stress e espírito competitivo, algo como uma rocha firme no meio de uma tempestuosa realidade.

Sobre o mesmo tema os pensadores Scott Lash e Ulrich Beck(1997), em sua obra conjunta a Anthony Giddens, "Modernização reflexiva" colocam que essa busca se atrela também ao fato de que conforme o processo de individualização se torna cada vez mais grandioso, maior é a percepção individual e pessoal. O ego e a auto-reflexão passam a protagonizar palcos e pensamentos que até então eram baseados na tradição e no senso social.

Essa análise da recente mistura entre o privado e o público foi tópico não somente desses sociólogos, mas como de Richard Sennet e Zygmunt Bauman. Tais análises de diferentes pensadores abriram as portas para uma das razões sociológicas as quais podemos atrelar a ansiedade contemporânea a reflexões que realizamos diariamente, associadas a nossa produtividade, expectativas, congruência com seus valores pessoais e a solidão.

Dessa forma podemos perceber a importância de uma análise sociológica sobre os fatos e mudanças contemporâneas relacionadas ao individualismo, relações sociais e os diferentes sentimentos que estão neles envolvidos. Ciente desse contexto, no segundo capítulo me debruço sobre as transformações mais recentes das relações sociais, como as românticas e de amizade, assim como o sentimento de solidão gerado por essas transformações.

2. Relações sociais e sua modificação da modernidade à contemporaneidade

A contemporaneidade foi analisada por diversos autores como Zygmunt Bauman, Richard Sennett e Anthony Giddens. E dentro desse tema um dos tópicos mais trabalhados foi o das relações sociais e a sua modificação profunda.

No livro "Amor líquido sobre a fragilidade dos laços humanos"(2004), Bauman destaca como a instabilidade e insegurança em diversos contextos sociais formam o que ele chama de "o homem sem vínculos", este que devido a "liquidez" das relações e a falta de garantia de uma relação duradoura, vivência laços tão frágeis que os faz sentir desconectado socialmente.

Outro termo importante para a compreensão de como ocorreu essa transformação das relações é o "relacionamento de bolso", descrito pelo autor como um relacionamento que pode ser usado somente quando desejado e depois engavetado, como "conexões" feitas pela rede que são "estabelecidas e cortadas por escolha"(Bauman, 2004, p.12), relações em alta demanda na atualidade, diferentemente do que ele denomina como relacionamentos reais.

Enquanto Bauman pensa essa transformação como algo pessimista do ponto de vista de um progressivo individualismo no qual temos apenas conexões inconstantes, o sociólogo Manuel Castells se mostra mais positivo em relação a essas mudanças. Em sua perspectiva

nossa sociedade não se tornou individualista, egoísta como insinuado por outros intelectuais, mas uma sociedade que se pensa sempre a partir do indivíduo como forma de consciência do eu, não primeiramente por gênero, classe social ou etnia, uma coletividade, mas pelo pensamento que parte do "eu" o indivíduo para a posteriori identificar-se com o coletivo.

Castells afirma que a partir dessa consciência individual, conseguimos nos conectar com auxílio da evolução da tecnologia e da internet a redes sociais com pessoas que não necessariamente pensam como nós, mas que são a nós interessantes por motivos diversos como *networking*, amizade, romance, e demais relações sociais que, embora possam ser fracas, podem fornecer apoio e reciprocidade.

Para me aprofundar no tema de como essas relações foram modificadas ao longo do tempo, trago a percepção de estudiosos (as) sobre especificamente o relacionamento romântico e amistoso. Sobre o primeiro tema, a socióloga Elsa Teixeira (2001), estuda de forma qualitativa uma amostra de pessoas que realizaram anúncios na revista “Notícias Magazine”, que durante 1997 a 1998 publicava anúncios de pessoas que se sentiam sozinhas e procuravam companhia.

Uma contraposição apontada pela autora é que na atualidade existe uma maior possibilidade de escolha de relacionamentos e formas de comunicação do que no passado, isso, contudo, não diminui a solidão dos indivíduos.

Em seu estudo ela percebeu que as pessoas procuravam por ideais de parceiros, sendo eles voltados para aparência, sensualidade, personalidade e inteligência. Praticamente todos os aspectos de um ser considerado perfeito, esses sendo generalizadamente diferentes para homens e mulheres.

A diferença é descrita como a busca por modelos opostos “homem culto e poderoso” versus “mulher bela e expressiva”. Um ponto colocado como indiscutível na obra, foi que 75% de todos os participantes do estudo concordaram que os homens se sentiam intimidados pela independência feminina sendo ela econômica ou em outros aspectos.

Nessa busca pelo ideal, os participantes do estudo mostraram que não se sentiam obrigados a permanecer em um relacionamento no qual não estavam contentes com o intuito

de evitarem a solidão. Somente 4 de um total de 47 entrevistados sentiam que deveriam ficar em um relacionamento a fim de não ficarem sós. Aproximadamente 90% dos participantes tanto do sexo masculino como do feminino viam como maior consequência de não ter um parceiro falta de alguém para partilhar a vida.

Um dos pontos que é colocado pela autora, é que a segunda maior consequência de não ter um parceiro considerado pelas mulheres é ter que ir a locais públicos sozinha, possivelmente devido ao julgamento social de que moças sem relacionamento são libertinas ou “rejeitadas”.

Um dos pontos estudados é que a sexualidade é colocada como menos relevante para mulheres do que para homens. Em sua obra, Teixeira cita como exemplo o “Relatório Situação Actual da Família Portuguesa” (Nazareth, 1993), outro estudo que aponta que os participantes de sexo masculino consideravam a satisfação sexual como o segundo item mais relevante que caracterizaria um bom relacionamento, enquanto para as mulheres respondentes da pesquisa, esse item tópico era somente o quarto caracterizador de um bom relacionamento. Para Teixeira isso indicaria a existência de uma exagerada importância de questões de cunho sexual para os homens, fruto de questões culturais e sociais, enquanto as mulheres, também pressionadas culturalmente, se mostrariam menos sexuais.

Ao final ela conclui que os homens se mostram confusos e nas palavras da autora demonstram-se “retardatários” diante o progresso da autonomia feminina enquanto essas avançam em relação a sua emancipação, o que se mostra uma fonte de modificação social entre os gêneros.

Lívia Godinho Nery Gomes e Nelson da Silva Junior, discutem também sobre relacionamentos, porém sob a perspectiva da amizade. Em artigo intitulado “sobre a amizade em tempos de solidão” (2007), esse tema é escolhido pois para os autores essas também se transformaram sobremaneira na atualidade, e se apresentam atualmente como frágeis e inseguras.

Para os autores, "relacionamentos contemporâneos têm sido a ambiguidade do desejo de estreitar os laços e, ao mesmo tempo, mantê-los frouxos”(Gomes e Silva Júnior, 2007, p.57). Um dos causadores dessa fraqueza na opinião dos autores é a longa jornada de trabalho

que foi ampliada pelo capitalismo. Isso provocaria cansaço corpóreo e mental que o afastaria de relações pessoais.

Se inspirando nas reflexões de Bloom (1993), eles afirmam que principalmente os jovens precisam de relações humanas, mas somente aquelas que transcendam o egoísmo e individualismo, no qual o bem estar de si está completamente conectado ao considerar o outro.

A falta de contato humano na obra é descrita como latente principalmente nos jovens. Essa falta não é suprida por pensamentos introspectivos egoístas e, nesse sentido, sinalizaria para um sofrimento profundo para esse segmento. A teoria de Bauman (2004) é também citada pelos autores ao falarem que a ambiguidade e liquidez das próprias relações também são causa da sua vulnerabilidade e frouxidão. Ao mesmo tempo que existe a procura por relacionamentos duradouros, esses são vistos com desconfiança por serem incomuns.

Dentro dessa perspectiva, eles, assim como Teixeira, desenvolvem uma pesquisa qualitativa. O estudo teve como público alvo trabalhadores de cooperativas, pois de acordo com Singer, autor que influencia o pensamento dos estudiosos em questão, o cooperativismo representa a desnaturalização dos ideais capitalistas, a resistência e a economia solidária fundada na igualdade social.

Um dos conceitos trabalhados é o da “convivência afastada” das relações, o universo de relações montada pelas proximidades de bairro, escola e trabalho. Semelhanças aproximavam as pessoas enquanto diferenças, principalmente de classe social, afastavam os indivíduos por preconceitos de classe por exemplo. Isso é complementado pela fala dos autores sobre o “recuo da alteridade”, basicamente o medo de lidar com pessoas diferentes, como se a forma de ser delas fosse de alguma forma infectar o indivíduo com quem convive de uma forma negativa.

Disso nasce uma dificuldade e receio de lidar com estranhos para conseguir tratá-los de forma calorosa e com humanidade. Abordar desconhecidos ou se abrir para alguém é sentido como algo constrangimento e um risco. O que também na visão de um dos

entrevistados atrofiava as habilidades de comunicação e os torna também despreparados para lidar com diferenças.

Dentro desse contexto, outro fator citado como algo que modificou as relações de amizade atuais, é a mercantilização do termo da amizade, utilizada tanto em campanhas de políticas e marketing. A palavra passa a ser associada a outros contextos onde se presume tarifas, vendas e juros e não a “gratuidade” de estar para seu amigo sendo solidário. Na lógica contemporânea há um grande foco na questão imaterial atrelada a produtos e serviços, por exemplo sentimentos, afetos, percepções e status sociais que estão atrelados ao consumo.

Os autores reforçam seu ponto apresentando citações e a percepção similar de outros sociólogos como Bauman, Sennett e Bourdieu. De que a resignificação de palavras nas estratégias e discursos que tratam o termo como algo "consumível" modificam conjuntamente a forma como os laços humanos, de todos os gêneros, sofrem com a perda do saber socializar, de lidar com a alteridade e de ser solidário.

Para Bauman (2001, 2004) na melhor das circunstâncias passamos a atrelar a amizade e companheirismo ao consumo. As pessoas viram companheiras no consumo, na intensificação do prazer de comprar enquanto simultaneamente se perde o valor do ser humano como alguém único e importante, assim como se esvai em conjunto a preocupação pelo outro.

Mais uma variável a esse cenário é o da competitividade, mentalidade individualista, a pressão da empresa nos funcionários e também a busca de satisfação e segurança pessoal faz o indivíduo reduzir os demais. Um dos entrevistados relata a falsidade, os colegas que não são realmente amigos e a consequência de se sentir “sufocado” nesse ambiente em que se falta consideração e cuidado com os próximos.

A mentalidade do “cada um por si” é percebida como criada pelo capitalismo, algo que dá atenção somente às conquistas pessoais, como se não houvesse forma de ganho coletivo. Dentro da busca pelo sucesso, praticam descaso e excluem os indivíduos. Há uma erosão dos laços sociais; consequentemente a solidão e desconfiança se encontram crescentes. Esse cenário traz sentimentos de mágoa para um dos entrevistados e ainda impossibilita a sua

participação em eventos políticos e da cooperativa de forma a atrasar ou impedir o crescimento em sua carreira.

Junto a esse desprezo pela amizade e outros relacionamentos, os autores complementam sua visão da mercantilização das relações ao dizer que essas se tornaram descartáveis. Simplesmente um meio para alcançarem seus objetivos, um produto para o consumo ou um investimento perigoso. Observados não como vínculos inquebráveis, mas algo a ser avaliado por atributos como conveniência e rapidez enquanto a durabilidade e esforço ao se comprometer com o outro é deixado de lado ou até mesmo sentida como opressiva.

Pode-se perceber que na perspectiva de diversos (as) teóricos (as) da Sociologia tanto expectativas amorosas quanto de amizade foram se modificando conforme o tempo. Tanto pela interferência do capitalismo tardio, as longas jornadas de trabalho, o incentivo social à competitividade como pelas lentas mudanças sociais e culturais que não progrediram tanto como, por exemplo, a efetividade dos direitos das mulheres.

No capítulo a seguir trabalho casos específicos que elegi como ilustrativos dessa realidade. Discorro em dois pontos, primeiro sobre aplicativos e sites de relacionamento e o contexto de “mercado afetivo” que precede, de certa forma, o tema principal desse texto. O segundo ponto é o da mercantilização de simulações de relacionamentos e afetos que se popularizaram na atualidade. Abrangendo respectivamente o fenômeno dos hikikomoris e centros de ressocialização, família, amigos, namoradas e namorados de aluguel, assim como abraçadores profissionais.

3. Mercado da solidão: Simulações de relacionamento e afeto à venda na internet

3.1. Mercado de aplicativos e sites de relacionamento afetivo

No artigo intitulado "A construção social do mercado de dispositivos de redes sociais: a contribuição da sociologia econômica para os aplicativos de afeto"(2017), Jardim e Moura questionam e respondem por meio de dois argumentos para explicar a popularidade de aplicativos de relacionamento afetivo. O primeiro seria o "senso comum" que na perspectiva do sociólogo francês Pierre Bourdieu (2001) é compreendido como uma crença compartilhada dominante, uma *doxa* dominante e imperceptivelmente imposta. Dessa forma, os aplicativos de relacionamento seriam naturalizados ao nosso ver.

O segundo ponto recorre a sociologia econômica, que entende os seres humanos que rejeitam ser a economia um fenômeno isolado. Contrariamente, há a compreensão do ser humano como *homo economicus*, na qual ele procuraria a maximização do lucro individual a partir do seu comportamento corriqueiro. Conforme Bourdieu, cada indivíduo se dota de um

*habitus*³⁴, uma junção de individual e coletivo. Estas interferem nas mais variadas esferas como a privada, não excludentes a econômica e política.

Bourdieu retoma esse conceito no posfácio da edição brasileira da obra “Arquitetura Gótica e Escolástica: Sobre a Analogia Entre Arte, Filosofia e Teologia na Idade Média” de Erwin Panofsky (2001). Ao mencionar a forma como Panofsky coloca a relação da arte gótica e a escolástica. Bourdieu coloca que cultura, ou melhor o *habitus*, remete não somente a um código comum de conduta que deve ser socialmente seguido, mas uma rede, que se molda sob a influência de diversas variáveis e esquemas particulares como agentes, estruturas e condições sociais.

Para esse autor existem três modos de conhecimento teórico, do ponto de vista fenomenológico. Primeiro a naturalização do nosso meio e cultura, em contraposição a esse saber, temos o conhecimento objetivista, que constrói relações e práticas objetivas como a linguagem e economia. Por fim, o saber praxiológico engloba além destes dois primeiros, uma ponte entre eles, suas respectivas disposições e reprodução dessas influências do social ou do indivíduo.

Dessa forma o *Habitus*, de Bourdieu, se concebe como um sistema individual influenciado estrutural, social ou estruturante, na mente de cada um. Esse conceito, oriundo das práticas e condições sociais, concilia de forma subjetiva as singularidades dos seres com o social. Uma visão praxiológica e dialética entre sujeito e sociedade.

Em suma, auxilia como ferramenta de compreensão teórica da homogeneidade de pensamento de dada classe social por exemplo, o que é de extrema valia no campo das Ciências Sociais. O *Habitus* surge como tentativa de recuperar a visão de sujeito ativo, não

³ Não discuto aqui o tema sob perspectiva de classe, porém é importante ressaltar que os serviços discutidos no terceiro capítulo são oferecidos a indivíduos com grande poder aquisitivo.

⁴ O conceito de *habitus* tem sido trabalhado desde a Grécia antiga, por Aristóteles. Em forma de *Hexis*, denominação a características as quais foram adquiridas por meio de aprendizados, que se fixam no corpo e na alma. A posteriori essa palavra já em forma de *Habitus*, foi trabalhada por Émile Durkheim, em seu livro “A evolução pedagógica” (1995). Com sentido similar, para caracterizar o estado geral de uma pessoa, uma característica fundamental e profunda que guia as ações desse indivíduo por um tempo considerável.

somente moldado unicamente pelo seu meio, mas também como transformador. Tal percepção se choça e rompe com o determinismo e abordagem unilateral da prática.

Isso se torna vital ao se tratar do senso comum, sobre diversos assuntos, a percepção sobre assuntos subjetivos como o amor, relacionamentos e a tecnologia. Isso abriu portas para que os aplicativos de relacionamento como o Tinder, ou mesmo os aplicativos de namorados e namoradas de aluguel pudessem obter sucesso, mesmo que com uma faixa etária ou público específico.

O habitus é relevante para que se possa perceber essa análise de Jardim e Moura, no sentido em que eles também percebem o tema do aplicativo de relacionamentos como algo dialético entre o que é visto como “senso comum”, a naturalização do nosso contexto social e ao mesmo tempo que esse mesmo está sujeito a intervenção humana. Essa visão dialética na qual se dá e recebe influência ao mesmo tempo também é encontrada no seminário “A grande Transformação” de Karl Polanyi (1980) também citada por Jardim e Moura.

Nesse seminário, o autor apresenta a tese de que a sociedade de mercado seria artificial, pois tratamos do trabalho, da terra e do dinheiro como mercadorias em contraste ao que ele chama de propósito dos mesmos que seria produção e reprodução da vida social.

Para Polanyi a economia de mercado somente funciona devido a construção e naturalização que se faz dele de forma histórica e cultural. O mercado entranha-se e desabrocha no meio social, não desvinculado das variáveis humanas, as quais a economia clássica rejeita.

Nesse sentido Callon (1998) afirma que do mesmo modo que o social afeta o mundo econômico, este também influencia reciprocamente a vida social, como no processo de "economização". Assim, atividades, comportamentos, esferas e campos de nossas vidas também se tornariam econômicas em alguma medida. Ancorados nessas teorias, Jardim e Moura pressupõem que o mercado do afeto se pauta na materialização da teoria econômica, sem descartar o diálogo com as variáveis de cada indivíduo.

Em raciocínio condizente com os preceitos da sociologia econômica, os autores também compreendem que a intencionalidade e as técnicas de produção do mercado de afeto desses aplicativos estão duplamente conectadas com os seres humanos e suas subjetividades e meios. Por ser criado e enraizado no meio social e também por estar em contato direto e indireto com a cognição e *habitus* dos usuários.

Sobre essa mesma questão a socióloga Eva Illouz em seu livro “O Amor nos tempos do capitalismo”(2011) constrói uma categoria analítica denominada “capitalismo afetivo”. Para Illouz, o “capitalismo afetivo” é uma cultura na qual ocorre a troca de influências entre o mundo econômico e afetivo, por exemplo a intelectualização e racionalização da afetividade.

Para defender sua tese, ela aponta duas modificações sociais que ocorreram ao longo do tempo. A primeira a de como passamos a nos enxergar como almas para a psique *self*. A autora coloca que enquanto a alma projeta uma visão cristã, moralizante e coletiva, ela também se apresenta como atemporal e eterna; enquanto a psique seria uma invenção individualista e uma forma de subjetivação da modernidade, focada no presente, cujo único compromisso é com a felicidade e bem estar do indivíduo abnegando o sofrimento.

Na visão de Illouz essa substituição da visão de alma pela psique freudiana é parte vital para o nascimento do *ethos* moderno da urgência, uma caçada sem fim à felicidade, a auto responsabilização pelo próprio fracasso afetivo e o excesso de preocupação consigo e não com o social. Esse movimento seria um agravante para o processo de racionalização dos afetos, sendo as áreas que trazem essa nova filosofia a psicologia organizacional, psicanálise e recentemente literatura de auto-ajuda.

O consumidor desse mercado afetivo refletiria então alguém agindo como um *homo economicus*, altamente capaz de racionalizar e calcular o custo benefício de relações afetivas. Contaminado por um *ethos* capitalista ele realizaria apostas e investimentos calculados, tendo como consequência sentimentos de responsabilidade pelo sucesso ou fracasso nesse mercado que, por sua vez, gera ansiedade devido às incertezas, inseguranças, incompletude e insatisfação.

Como forma de reforçar como a cultura econômica influencia os *sites* e aplicativos de afetividade, ela aponta que grande parte segue princípios da troca mercantil, abundância, variedade, ampla escolha, valores, competição até mesmo avaliação de desempenho, conjuntamente a seu ponto principal da racionalização das emoções, pelas escolhas afetivas realizadas intelectualmente, considerando os prós e contras. Esse processo teria tanto impacto que o vocabulário da afetividade se converteu não aos moldes românticos, mas aos do mercado.

O segundo ponto de transformação que a autora aponta é o da visão do amor. O que antes era visto como obra do acaso, destino ou fatalidade; agora se observa como uma livre escolha e neste contexto a sofisticação da era digital contribui para a aceleração dessa modificação no olhar do afeto, que não somente é visto como seleção, mas seleção em um processo mercantil, na qual a lógica de mercado se entrelaça a cultura do afeto, na vida íntima e coletiva.

Ante a esse cenário a autora destaca que os consumidores conseguem ressignificar de certa forma esses sites e aplicativos, por exemplo ao usar para fazer amigos e treinar outra língua em um país estrangeiro, checar quais conhecidos da vida real estão no *site*, para ver se estão solteiros e suas preferências para realizar avanços amorosos apenas pessoalmente.

Dessa forma, com base nessas reflexões que entrelaçam o contexto da individualização contemporânea com a leitura economicista das relações sociais, podemos observar fenômenos como o mercado da solidão, que atinge um desejo humano baseado na idealização da comunidade, assim como pela busca por segurança em tempos instáveis.

3.2. Hikikomori e serviços de ressocialização

Hikikomori ou *NEET* é uma categoria de pessoas que passam mais de seis meses não participando pessoalmente de qualquer interação social, sem que isso represente algum problema mental. É essa condição de exclusão voluntária que caracteriza um *Hikikomori*,

conforme o psiquiatra Saito Tamaki, criador dessa nomenclatura em seu livro *Shakaiteki hikikomori: Owaranai shishunki*⁵ em 1998.

Sobre o tema, em 2016 o gabinete do Japão produziu um questionário intitulado: *Wakamono no seikatsu ni kansuruchōsa hōkokusho*⁶ em português "Questionário de pesquisa a respeito do dia a dia dos jovens" e com base nessa pesquisa que abrangeu 5000 indivíduos, o ministério de assuntos e comunicação interna do Japão realizou uma estimativa demográfica que indicou que 696,000 pessoas no país se encaixam nesse perfil de exclusão voluntária.

Esse assunto já é extremamente delicado, uma vez que sinaliza para um enorme distanciamento social. Contudo, o tema que pesquiso adentra o universo daqueles que voluntariamente se tornam reclusos da sociedade, para olhar outro mundo dentro dele, o do mercado da ressocialização, ainda que fictícia ou artificial.

Trata-se de pessoas que apesar de não terem formação na área de psicologia, psiquiatra ou serviço social, trabalham de forma a ressocializar *hikikomoris* em troca de dinheiro. Não somente existem "profissionais" para tanto, mas também centros de ressocialização, no qual gradualmente as pessoas aprendem a conviver em conjunto a outras e se preparam para a independência financeira.

Os nomes variam, de *rental-sister*⁷, *rental-brother*⁸. Esses indivíduos prestadores de serviço são contratados geralmente pela família, sem o consentimento dos *hikikomori*, e devem lidar não somente com o estranhamento desse indivíduo recluso e em casos mais severos lidar com comportamentos agressivos, embora não seja estatisticamente o perfil desses indivíduos conforme Saito Tamaki em entrevista a VICE. Atsuko, uma *rental-sister*, relatou em 2019, em uma entrevista à BBC News, que uma vez um jovem a atacou agarrando-a pelo pescoço; e como dito previamente, esses prestadores de serviço não possuem qualquer formação na área da psicologia ou medicina. (VICE e BBC News, 2019)

⁵ Em tradução livre: Reclusão Social: Puberdade sem fim.

⁶ Em tradução livre: Questionário de pesquisa a respeito do dia a dia dos jovens

⁷ Em tradução livre: significa Irmã de aluguel.

⁸ Em tradução livre: significa Irmão de aluguel.

Sobre o perfil do público alvo desse mercado é importante destacar que geralmente ele advém de famílias de classe média alta, pois os valores monetários pagos a esses locais para usufruir desses serviços e locais de ressocialização são consideráveis. A empresa "New Start" em uma entrevista à BBC News em 2019 relatou que cobrava 100,000 yen, a hora; em entrevista ao canal "Asian Boss" também em 2019, Yoshida Masaki da companhia "Mirai" afirmou cobrar 2,800 dólares, pelo primeiro mês no centro de reabilitação, excluindo as despesas de busca até o local do indivíduo. (BBC News e Asian Boss, 2019).

Os rental brother ou sister para ressocializar pessoas que se encontram reclusas a um tempo considerável, não são os únicos serviços pelos quais se simulam certas formas de relações sociais. No bloco seguinte trabalho outros tipos de "aluguel" voltados a simulação, dessa vez não como um “profissional” de reabilitação social, mas sim como um ensaio desenhado conforme a preferência do consumidor, seja ele uma imitação de relações com amigos, familiares, namorados e namoradas.

3.3. Rental services - Serviços de aluguel

Dentro da categoria de pessoas que podem ser alugadas para realizar certo papel social existem diversos subgrupos diferentes, entretanto todos eles continuam realizar algo em comum: performam um papel que seu cliente deseja em troca de certa quantia monetária. Por razões de pesquisa ao me dirigir a essa categoria de análise, excluí quaisquer serviços que incluam ou permitam contato sexual, pois aqui o recorte está mais associado à solidão e não necessariamente ao prazer.

Para iniciar essa discussão sob uma perspectiva histórica, o aluguel de pessoas para atuar em determinada situação social, ou cumprir algum papel social; não é uma novidade na história da humanidade. Um exemplo desse tipo de pacto econômico são as carpideiras em velórios. Na atualidade, isso se apresenta por meio de diversas companhias que oferecem contratos similares no sentido em que são baseados em imagem, e na atuação de um papel social. O serviço que a companhia "My Family Romance" oferece chamado *リア充アピール代行* [*riaaju apiru daiko service*]⁹ representa bem esse tipo de serviço.

⁹ Em livre tradução significa “serviço de representação da vida popular/realizada”.

Nesse serviço atores fingem por determinado tempo serem "amigos" do cliente posando para fotos e postagens em redes sociais, como forma de elevar a visão que a sociedade tem desses indivíduos, melhorando assim, sua imagem pública. O anúncio promete pelo menos 100 "curtidas" nas imagens tiradas durante a experiência que serão postadas pelo próprio cliente em sua rede social.

Sobre o assunto o presidente e fundador da Family Romance, Yuichi Ishii em entrevista a VICE Asia afirmou que para a maioria das pessoas é algo negativo contratar "amigos" por dinheiro, mas que em sua perspectiva nas redes sociais poucos conhecem pessoalmente "amigos online" e a maioria das pessoas gostaria de parecer estar curtindo a vida, melhorar sua imagem social, desejo esse que sua empresa realiza. (VICE, Asia. 2019)

Alguns trabalhos não correspondem somente à imagem que se deseja passar ao mundo exterior, apesar de não excluir essa vontade, a mesma empresa fornece por exemplo serviços de *Rental*, aluguel de atores que fingem ser em diferentes cenários, amigos, membros familiares, namorado (a), etc. Esses serviços não excluem a importância da imagem exterior, Yuichi Ishii em entrevista à Asian Boss em 2019, afirmou que começou sua empresa em 2010, ao notar que sua amiga, mãe solo, não conseguia entrevistas para creches por não ter marido. Outra situação que ele relata é a de uma cerimônia falsa de casamento na qual o ator contratado finge ser o noivo para a família conservadora da noiva, pois o verdadeiro possuía muitas tatuagens. (Asian Boss, 2019)

Existem igualmente aqueles que procuram esse serviço por conta de emoções pessoais. O cliente Kazushige Nishida em entrevista ao South China Morning Post que por conta do falecimento de sua esposa e desavenças internas com os filhos já adultos ele procurava apaziguar sua solidão diária, mesmo que momentaneamente, com a filha e esposa contratadas. (South China Morning Post, 2019)

Diversos aplicativos de celular além de empresas físicas oferecem também *Rental-boyfriends*¹⁰ e *Rental-girlfriends*¹¹, nos respectivos aplicativos os clientes passam por perfis que mostram fotos, peso, altura e hobbies daqueles que pretendem ser alugados, esses softwares podem ser encontrados em países como a Coreia do Sul, Japão, China e Singapura.

Em entrevista ao canal Asian Boss em 2018, a namorada de aluguel chinesa Zhuang Zhou responde que existem aproximadamente 7 a 8 apps destinados a esse serviço no local em que ela mora. Diz também que seus clientes variam desde estudantes a homens de negócio, advogados e trabalhadores de TI; e que sua principal motivação para trabalhar na área é a financeira. (Asian Boss, 2018)

Ela afirma que alguns desses aplicativos são específicos para ir a jantares com as namoradas de aluguel, jogar vídeo games, ligações para acordar o cliente ou confortá-lo; também coloca que os preços para ligações e serviços a distância como jogar online são relativamente baratos em relação a quando a prestadora de serviço deve ir se encontrar pessoalmente com o indivíduo.

Existem indivíduos que requisitam serviços sexuais e físicos das namoradas de aluguel, estes podem ser reportados por meio de *screenshots* nos aplicativos de forma que essas contas sejam banidas e proibidas de contactar as moças, Zhuang Zhou diz que reportou diversas vezes essas condutas as plataformas nas quais trabalha. Isso significa que esse é um mercado distinto do mercado do sexo.

Como dito anteriormente esse mercado da afetividade exclui os prazeres sexuais, isso é reforçado pelos funcionários desse ramo, os clientes que não seguem as regras estabelecidas são revogados do mesmo, por meio de denúncias realizadas dos profissionais às suas respectivas empresas que por sua vez “banem” aqueles que não compreendem a natureza dessa relação procurando serviço de outro gênero.

¹⁰ Em livre tradução significa namorados de aluguel.

¹¹ Em livre tradução significa namoradas de aluguel.

No Japão, a namorada de aluguel Shihomi em entrevista ao canal Asian Boss em 2019, disse que esse serviço não é algo do qual todos os cidadãos estão cientes, todavia um número considerável de companhias já trabalham nesse ramo. (Asian Boss, 2019)

Sobre o serviço ela conta que o cliente deve alugar por no mínimo duas horas a namorada, sendo a 55 dólares a hora em reais, ou seja o cliente pode por cerca de 110 dólares usufruir desse serviço, já a namorada de aluguel recebe metade do que o que o cliente paga pela hora, na primeira vez o cliente poderia escolher a namorada de aluguel gratuitamente todavia após o primeiro uso o indivíduo deve pagar mais 18 dólares para realizar essa escolha.

A respeito do perfil de seus clientes e sobre sua especulação sobre o real motivo deles recorrem a esse serviço, a namorada de aluguel responde que acredita que seja por conta da falta de tempo devido a vida agitada dos indivíduos que ainda sim querem usufruir da experiência de ter uma namorada. Ela diz atender clientes de vinte anos para cima com comportamentos calmos e introvertidos.

Ambas as entrevistadas relatam não dizer aos familiares o que fazem devido aos estereótipos envolvidos na profissão, se dizem, no entanto, seguras ao realizar o trabalho. Zhuang Zhou diz que por conta de sempre se encontrar em locais públicos não se sente amedrontada, enquanto Shihomi afirma que devido às leis do país conjuntamente a empresa na qual trabalha, ela se sente segura.

Um ponto discrepante entre as entrevistadas é que Zhuang Zhou recebia quantias significativas de dinheiro após o serviço, sendo o valor máximo de sua "gorjeta" de 15 mil dólares, enquanto Shihomi disse que a política da empresa a impedia de receber qualquer valor monetário ou presentes de luxo, somente lembrancinhas como doces eram permitidos.

Não somente namoradas de aluguel estão disponíveis no mercado, mas namorados de aluguel também. Assim como citado sobre o mercado das namoradas de aluguel que se oferecem para jogar videogames online e a distância como se fosse a parceira romântica do cliente, no universo dos rental-boyfriends não é diferente.

Uma companhia em Tokyo chamada “Ikemense Danshi”¹² oferece uma sessão de choro, por 65 dólares a hora. Em entrevista a VICE Asia o profissional Ryuei diz que no país as mulheres sentem dificuldade de se expressar emocionalmente, dessa forma ele criaria ambientes no qual elas poderiam relaxar. (VICE Asia, 2018.)

Durante o serviço mostrado na entrevista as luzes foram apagadas, para dar o ar de tristeza e escuridão ao ambiente e para que as clientes possam se concentrar em vídeos com temas tristes, por exemplo, de pessoas sendo deixadas no altar e cachorros atropelados. Antes que os vídeos começassem, Ryuei explicou para as moças como as lágrimas poderiam transformar o sistema parassimpático nervoso para um estado relaxado e para se abrirem para a experiência.

Ao final ele com um lenço secou as lágrimas das participantes e agradeceu, e tocou uma música no shamisen que foi inspirada em uma música feita por seu falecido avô. Sobre a experiência, as clientes disseram que é difícil chorar sozinha, mas que em uma oportunidade como essa quando se tem alguém que te fala que “tudo bem chorar” ela sente que não está sozinha e pode liberar suas emoções.

Outro modelo do serviço é o dos “*sheep boys*”. Por cem dólares a hora as clientes podem contratar um homem que virá a sua casa, abraçá-la, cozinhar pra ela e até mesmo dormir ao lado, sem envolvimento sexual; esse trabalho varia de um curto cochilo até a passagem de noite no local.

Shingo, um profissional desta área, em entrevista à VICE Asia, explica que geralmente ele começa a sessão se apresentando e assistindo televisão como forma de criar um ambiente relaxado e então se dirige ao principal: dormir. A repórter questiona se as clientes expõem suas preocupações e vida pessoal com ele, ao que ele afirma que sim, porque isso se torna algo praticamente incluso no conceito de namorado de aluguel, principalmente para aqueles clientes que não tem a quem compartilhar as aflições. (VICE Asia, 2018)

¹² Em tradução livre significa rapazes bonitos

Sobre o perfil de quem contrata seus serviços, o rapaz responde que são principalmente mulheres entre 30 a 50 anos, mas que as profissões variam desde esposas que cuidam do lar, estudantes e mulheres que estão no mercado de trabalho.

Outro modelo de *rental boyfriend* existe na Coreia do Sul. O chamado “*Oppa*”, termo utilizado principalmente por mulheres na Coreia para se referirem a homens mais velhos que elas, palavra usualmente utilizada de modo paquerador. Existe um site chamado “*Oh my Oppa*” que permite que clientes adquiram seu próprio “*Oppa*” para serem seus guias no país.

Essa não é somente mais uma forma de turismo, mas a principal forma de tour privado. O anúncio na página principal da plataforma “*Oh my Oppa*”, afirma que eles oferecem o serviço número um de tour privado na Coreia do Sul. A empresa não oferece somente o serviço de um “*oppa*”, mas também de “*unnie*”, uma forma carinhosa de se referir a uma moça mais velha. O serviço “*Oh my Unnie*”, todavia só está disponível ao público feminino.

O serviço conforme Arami, um dos *oppas*, em entrevista ao canal Asian Boss em 2018, consiste em levar os clientes a lugares interessantes, recomendar e sugerir locais, aonde ir e o que fazer dentro do país. Por preços de 70 a 80 dólares, por duas horas e meia, ele afirma que geralmente a demanda por seus serviços é razoavelmente alta. (Asian Boss 2018.)

A respeito de quem são seus clientes ele responde que geralmente variam entre a faixa etária dos 20 a 30 anos e que geralmente mais turistas vindos da própria Ásia do que oriundos do ocidente contratam o serviço. Ele acredita que isso se deva por conta da popularidade dos K-dramas¹³ e K-pop¹⁴ na Ásia em relação ao Ocidente, nesses seriados do gênero romântico muitas vezes existe a figura idealizada do *oppa* sul-coreano.

Sobre esse mesmo tema da popularidade dos coreanos no estrangeiro, Arami diz que isso se deve a popularização da imagem projetada na indústria de entretenimento coreana. Homens altos, socialmente considerados bonitos e em resumo: perfeitos em todos os sentidos.

¹³ Em livre tradução significa dramas coreanos ou novelas coreanas.

¹⁴ Em livre tradução significa música pop coreana.

Ao ser indagado sobre como os homens coreanos realmente são, ele diz que raramente se encontram pessoas que têm a mesma aparência dos atores coreanos.

Em Singapura esse serviço de aluguel de namoradas e namorados também existe. O site “Maybe” de interface intuitiva, mostra os rostos e os preços dos namoradas e namorados de aluguel mais populares, sua frase slogan é “*rent-a-date . meet new pals . never been easier*”¹⁵. Esse modelo retrata claramente o que afirma a socióloga Eva Illouz sobre os aplicativos de afetividade. Os princípios da troca mercantil, a ampla escolha, competição e variedade; se expõem os rostos e preços como em uma bela vitrine. Agora, dentro do mercado, não somente sobre a influência do mesmo.

Esses serviços se popularizaram de tal modo que são inclusive representados em animes e mangás, como *Kanojo, Okaeri Shimasu*¹⁶, cujo tema principal é a relação de um jovem com namoradas de aluguel. Outro serviço que se popularizou, dessa vez principalmente no ocidente, é o de abraçadores profissionais, que será tratado na seção abaixo.

3.4) Abraçadores profissionais

A promoção de abraços ou do contato corporal não sexual como um serviço organizado pelo qual se paga se iniciou em 2003. Reid Mihalko, empreendedor, organizou “festas de abraços” por 30 dólares a entrada, em Manhattan. Nessas ocasiões os clientes tinham acesso a diversas camas e poderiam abraçar quem quisessem dentro do estabelecimento.

Essa indústria é certamente recente, uma vez que a primeira empresa do ramo a “*Cuddle Sanctuary*” foi criada em 2017. O serviço consiste em experiências “*G-rated*”¹⁷, o que consta como descrição do serviço no site da empresa “Cuddle Sanctuary”. O endereço eletrônico da empresa também aponta que as sessões podem incluir abraços, dar as mãos,

¹⁵ Em tradução livre significa “alugue um encontro - encontre novos amigos - nunca foi tão fácil”.

¹⁶ Em livre tradução significa “vou pegar a namorada emprestado” ou “namorada de aluguel”

¹⁷ Em tradução livre significa “uma expressão estadunidense que caracteriza algo como sem violência, obscenidade e conteúdo sexual explícito.”

conversas ou apenas silêncio; a depender da preferência do cliente. Esses serviços consistem em sessões que variam de 80 a 100 dólares a hora.

O youtuber Anthony Padilla, em seu canal voltado principalmente a entrevistas com indivíduos de diversas subculturas, em 2019, entrevistou três abraçadores profissionais. Ondrej e Emily, que trabalhavam, até então, a dois anos no ramo, e Jean Franzblau, criadora do “*Cuddle Sanctuary*” e abraçadora profissional há cinco anos. (PADILLA, Anthony; 2019.)

Padilla pergunta de início o que consiste a profissão de abraçador. Emily afirmou que o profissional tem de ter compaixão e não se importar com o contato físico de estranhos. Ondrej, por sua vez, disse que ele empodera pessoas adultas que querem expressar proximidade e se sentirem próximas por toque afetuoso de forma platônica. Jean colocou que o abraçador precisa saber liderar eventos nos quais pessoas desconhecidas se sintam confortáveis, para que elas possam ser honestas e talvez segurar uma a mão da outra ou dar um abraço.

Referente a motivação para escolherem essa profissão, Ondrej respondeu que em sua infância ele gostava muito de abraços e toques. Emily disse que a profissão permite fazer do mundo um lugar melhor, enquanto Jean relatou ter precisado desses serviços na perspectiva de cliente. Jean afirmou que no passado ela via o carinho corpóreo como algo entrelaçado ao sexual, como o sexual como passagem para a íntima corpórea e que nesse serviço isso podia ser dissociado.

Ao serem questionados sobre se as pessoas são céticas a respeito dos efeitos terapêuticos de serem abraçados por profissionais. Emily diz que não, pois para ela os benefícios do abraço como a liberação do hormônio da ocitocina são evidentes, logo melhorando o bem estar dos clientes. Hormônio da Ocitocina ligado relacionado inicialmente à contração do útero de gatas grávidas, descoberto em 1909 pelo farmacologista inglês Henry H. Dale. Atualmente está associado ao amor por ser liberado durante o beijo e o sexo, conforme Pedro Saddi (2012), endocrinologista e professor da Universidade Federal de São Paulo em entrevista a Veja.

Ondrej, oriundo da República Checa, disse que em seu país natal a população era mais cética e fechada a esses profissionais do que nos EUA, onde mora atualmente, que recebeu

poucos comentários negativos nos Estados Unidos e que talvez fosse por conta da cordialidade dos indivíduos. Sobre como a profissão modificou sua visão a respeito da intimidade, Ondrej afirmou que consegue diferenciar melhor quando ele precisa de conexão humana ou sexo, algo que em sua concepção é confuso para a maioria das pessoas.

Acerca de se as pessoas nos EUA demonstram afeição de forma física o suficiente, ele ri e responde que para ele definitivamente não, e especula que seja por conta da igreja cristã, a vergonha do desejo sexual e a confusão entre desejo de toque ou contato humano com necessidades sexuais.

Ao serem questionados sobre qual a parte mais difícil do trabalho, Emily diz que é a necessidade de se desvincular da energia e emoções de cada cliente como tristeza, rejeição, vergonha e desejo sexual. Padilla também pergunta se já se os abraçadores tiveram clientes ou sessões desconfortáveis. Emily relatou o caso de um cliente que a cada sessão tentava tocar mais e isso a deixou bastante desconfortável, ela tentou ir embora e ele a puxou de volta para a cama. Por conta disso, ela diz que não atende mais em sua casa, mas em um local próprio para atender clientes e diz também ter “armas” escondidas pelo local para auto-defesa.

Jean disse que tinha um cliente que apontava várias “bandeiras vermelhas”, de que não seria o cliente ideal, como ele teria posts que indicavam raiva contra mulheres. Ela disse que se preparou para se proteger, explicou ter alguém de confiança que sabia onde ela estaria e quem a acompanhava, mas que na sessão ela se sentiu extremamente desconfortável, pois o que o cliente desejava era serviço sexual, o que não se encaixa no padrão de serviços oferecidos no ramo dos abraçadores profissionais.

Um dos pontos da entrevista, que também é referido no blog de Jean, fala sobre a naturalidade do sentimento sexual ou uma ereção acontecer durante as sessões. Jean diz que a maioria dos adultos não recebe carinho ou um “chamego” a não ser que seja antes ou depois de uma relação sexual, então eles associam isso de uma forma muito forte, pelo menos o corpo naturalmente associa.

Jean afirma a normalidade do acontecimento, como uma memória muscular, pois o cliente pode se encontrar completamente relaxado. Ela aponta que um abraçador profissional nunca vai em direção dessa situação ou tenta atingir esse resultado com o cliente, mas que

existe um processo para que se redirecione ao intuito original da prática. Mantendo a calma, a celebração de que essas partes do corpo funcionam, pois nem todos têm esse privilégio e por último modificar a posição ou a sessão para algo que seja menos estimulante como uma luta de polegares.

Empresas como a “Snuggle Buddies”, anunciam na página inicial do seu site que os clientes devem assinar um termo concordando que não haverá qualquer atividade sexual com os abraçadores profissionais. A empresa “Cuddlist” em seu site expõe um código de conduta que afirma que esse serviço deve ser estritamente platônico, tanto o abraçador profissional como o cliente devem estar cientes disso, ambos não devem procurar ou encorajar condutas relacionadas ao sexo. “Cuddlist” impõe regras nesse contexto, como vestimentas mínimas: uma camisa e shorts, que cobrem pelo menos a metade da coxa. Nenhum contato envolvendo peito ou partes genitais deve ser feito e nenhuma saliva ou qualquer outro fluido corporal deve ser trocado de qualquer forma.

Como já dito, tanto o mercado de abraçadores profissionais quanto de aluguel de familiares, amigos e namorados(as) se referem a nichos separados de quaisquer serviços de natureza sexual. Esses ofícios, como ressaltado pelas empresas em seus respectivos sites e também pelos profissionais, são serviços de caráter platônico, direcionado para necessidades emocionais e sociais, não sexuais.

Nas minhas considerações finais farei uma análise sociológica sobre como os capítulos aqui redigidos se relacionam. Também procurarei demonstrar como a contemporaneidade comporta características capazes de criar um “ambiente” propício para a mercantilização desses serviços que são primordialmente de cunho emocional, afetivo e social.

CONCLUSÃO

Radicalização da individualização, esgarçamento das comunidades, atomização, solidão, dificuldades para se relacionar face a face, carências afetivas e principalmente sofrimentos emocionais vividos de forma muito parecida em diversos lugares. Esses diversos fenômenos parecem estar conectados às modificações que aconteceram entre a época moderna e a contemporânea. Mudanças que afetaram tanto a forma como a sociedade se organiza, influenciaram também os relacionamentos e valores sociais que possibilitaram esse universo da mercantilização pura de relações, papéis sociais, socialização e formas de afeto aqui apresentados.

Ao pensar do ponto de vista sociológico sobre o contexto contemporâneo e a mercantilização de simulações de afeto e relacionamentos de diversos tipos, minha hipótese é a de que o mercado das simulações de afeto floresceu em um ambiente socialmente propício para tal. Ao longo desse bloco pretendo argumentar alguns pontos principais que justificam esse posicionamento.

O primeiro ponto que creio ser importante destacar é que dentro do sistema capitalista contemporâneo, a possibilidade de longas jornadas de trabalho por si só já dificulta o relacionamento entre pessoas, justamente por terem tempo escasso para interagir face a face. Se o novo capitalismo exige dedicação extrema do (a) trabalhador (a) na busca de metas produtivas quase inatingíveis, essa flexibilidade rouba da pessoa que trabalha cada vez mais tempo que poderia ser dedicado ao afeto, seja ele qual for. Por outro lado, a fluidez do trabalho que muitas vezes obriga pessoas a viver em lugares diferentes, pulando de trabalho em trabalho, acaba por dissociá-lo de comunidades ou laços pessoais. As pessoas hoje são flexíveis assim como o trabalho e, seja este onde estiver, essa flexibilidade produzirá solidão.

Com isso não quero dizer que esse revigorado capitalismo é o único ponto de influência que é responsável por criar esse mercado de simulações de afeto e relacionamentos, mas que por vivermos nesse contexto social somos influenciados pelo mesmo, também economicamente. Logo, não poderia ser diferente nessa análise que pretendeu justamente analisar sob uma perspectiva sociológica como esse fenômeno recente poderia ter se originado.

O sistema econômico em que vivemos afeta não somente nosso modo de vida, mas a forma em que pensamos e agimos em relacionamentos e afetos. Atualmente a venda de status e emoções já está atrelada a comerciais e ao consumo de materiais e serviços, logo é perceptível que se naturalize o consumo puro de afetividades e relações emocionais. Para além disso, como apontado por Eva Ilouz (2011), estamos dentro de uma lógica individualista e hedonista, uma urgência que se combina com o consumismo de que caçar incansavelmente a felicidade por meio do “capitalismo afetivo”.

Agora gostaria de me debruçar sobre cada um desses pontos brevemente, a começar pela leitura economicista das relações sociais. Esse modo de pensar implica em outras questões como a responsabilização individual pelo fracasso em não encontrar a própria felicidade. Primeiro porque o ser humano é pressuposto como *Homo economicus*, altamente capaz de racionalizar e calcular o custo benefício de relações afetivas ao invés de considerar as emoções do indivíduo como variável. Em segundo, por conta da individualização compulsiva em que se considera a pessoa como o único direcionador da sua vida sem atentar que vivemos em sociedade e assim somos afetados por ela.

O individualismo exacerbado influencia não somente a forma como o ser humano reflete sobre si mesmo, mas sobre os outros e conseqüentemente afeta a forma de se relacionar com a alteridade. Assim, o medo de relacionar-se com estranhos e ser vulnerável tornou-se normal conforme o estudo sobre amizade na contemporaneidade de Gomes e Silva Júnior (2007).

Isso pode ser percebido no interesse das pessoas em serviços como do *Ikemenso Danshi*, em sessões dedicadas ao choro e a liberação de emoções assim como pelo relato do *Sheep boy*, Shingo que diz que se pressupõe incluso no conceito de namorado de aluguel que os clientes possam compartilhar preocupações do dia a dia. Podemos ver a máxima disso, que são as pessoas que se desassocia da sociedade e deixam de tentar se relacionar com outros indivíduos como os hikikomori.

A cultura econômica também afeta em outros sentidos, como o da urgência do consumismo e hedonismo passado para o campo relacional e emocional. Ao tempo que a visão do amor ao acaso passa agora a ser vista como algo a ser selecionado dentro de um sistema mercantil como por meio de aplicativos e sites de namoro ou de simulação de namoro que se beneficiam monetariamente disso. O cardápio principalmente dentro do mercado das pessoas de aluguel segue cheio de abundância, variedade, valores e a racionalização das emoções na qual se consideram prós e contras.

O mercado de simulações de afeto e de relações sociais existe e segue as regras de qualquer escambo monetário. Esse existir ao meu perceber vem de diversos motivos, o

primeiro e mais latente é que no contexto em que vivemos, em que temos dificuldade de praticar a alteridade e somos vulneráveis, ainda assim temos a necessidade ardente de nos conectarmos uns com os outros. Isso se percebe também na busca privatizada por segurança nos tempos em que nos sentimos tão inseguros como descreve Bauman (2004). De forma similar, também privatizada, atendem às demandas por reinserção social os serviços como os de centros de ressocialização de hikikomori e também nos abraçadores profissionais que atendem o desejo de intimidade física sem ser sexualizada.

Outras razões sociais pelas quais esse mercado tem demanda são as exigências sociais cada vez mais voltadas à publicização da vida privada.. Podemos observar isso pela necessidade de clientes de solicitar serviços que publicizem relações afetivas. Em outra vertente há também o desejo de equacionar sistemas afetivos distintos, com exigências distintas. O exemplo do serviço contratado para um cônjuge fictício para que a noiva pudesse apresentar à família em lugar do cônjuge verdadeiro que tinha diversas tatuagens demonstra que esse serviço também busca oferecer flexibilidade afetiva. A escolha aqui seria entre perder laços com sua família ou a pessoa a quem ela ama. O mercado resolveu esse dilema com o noivo de aluguel. Outro caso foi o da mãe solo que pediu para o presidente da *Family Romance* fingir ser seu marido, porque as creches a rejeitavam somente pelo fato de ser mãe solo, agora ela ficava a mercê de não poder fornecer uma boa educação, poder trabalhar enquanto alguém adequado zela por sua filha somente por estar fora dos padrões do que a sociedade considera adequado.

Um serviço que também atende a essa demanda de aparentar algo à sociedade, para poder adquirir status, aprovação social ou mesmo fugir do julgamento social é o “*riaju apiru daiko service*” o serviço que garante 100 curtidas em rede social nas fotos montadas representando um evento divertido com os amigos. Assim vende-se aprovação social.

Outro ponto interessante que pode ser percebido é a rejeição ao diferente, verificável nas escolhas dos próprios clientes, na busca pelo ideal, masculino e feminino, de beleza e comportamento. A dificuldade em lidar com pessoas com padrões de beleza e comportamento muito diferentes acabam por produzir uma idealização que repercute na construção de uma personalidade em relação a um potencial romântico.

Os clientes nessa indústria de namorados ou namoradas de aluguel os escolhem por gostarem de suas respectivas aparências e a posteriori pedem para que eles atuem de uma forma que agrada o gosto do cliente. Por conta dessa projeção do que seria ideal em um parceiro afeta o cliente, tanto no sentido de escolher a aparência física quanto a “personalidade” atuada fazem com que o cliente se “apaixone” pelo ator. Em entrevista à Asian Boss (2009), o CEO da *Family Romance* fala que ele rejeitou cerca de 200 pedidos de casamento, pois ao invés dos clientes se apaixonarem por alguém ‘imperfeito’ ou lidarem com a alteridade real, os clientes projetam um ideal ao qual se encantam mesmo que seja um amor ou uma conexão falsa. Isso pode ser notado também na fala de Arami, o namorado de aluguel coreano que disse anteriormente a VICE que acredita que o seu serviço tem crescido pela idealização de artistas coreanos, sejam esses atores ou cantores.

Em resumo, assim como a relação da comunidade no passado, tinha suas implicações positivas e negativas, o atual capitalismo, consumismo e desigualdade social em conjunto nesse cenário leva a outros problemas. A perpetuação dos olhares discriminatórios, modelo de trabalho e consumo hoje, possibilitam a maior a chance dessa alteração que se percebe no olhar sobre relações e afetos.

Um deles sendo o aproveitamento de uma lacuna que existe devido a solidão contemporânea e que por dinheiro é preenchida talvez temporariamente por uma simulação mercantilizada das relações e afetos que são difíceis de serem criados na realidade atual. A solução se apresenta de forma prática e pragmática, assim como outros serviços atuais. Nesse sentido os esforços para construir uma relação mútua, em lidar com as diversas barreiras que existem na relação com um outro ser humano, que também é falho ou tem diferenças de perspectivas, simplesmente deixam de existir. Um cenário muitas vezes considerado distópico, mas algo que se aproxima cada vez mais de um melancólico real em que pessoas perdem a capacidade de conexão, inclusive familiar, como no caso de Rico e Enrico descritos por Sennet (2008).

O sofrimento emocional perdura, mesmo com a tentativa de preenchê-lo de alguma forma quando consumimos esses serviços, mas o mercado persistirá enquanto a humanidade

desejar companhia e afeto que sucumbem as barreiras sistêmicas socioeconômica e o sistema econômico vigente permitir o aproveitamento dessa vacuidade para a capitalização.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **COMUNIDADE a busca por segurança no mundo atual**. Editora Jorge Zahar, Rio de Janeiro, 2003.

BECK, Ulrich; LASH, Scott. **Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Editora da UEP. 1997.

BECK, U., GIDDENS, A., LASH, S. Réplicas e críticas. In: In: BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997. p. 205-254

BOSS. Asian. **Inside a Rehab center for japanese hermits [hikikomori]**.Disponível em:
<<https://youtu.be/j4A110KqLdY>>. Acesso em: 07 Jun. 2020.

BOSS Asian. **Behind Japan's Fake-Family Industry**. Disponível em:
<<https://youtu.be/UEhYMirs7fk>>. Acesso em: 03 Fev. 2021.

BOSS Asian. **We rented a Girlfriend in China**. Disponível
em:<<https://youtu.be/Kkvpk3k8ars>>. Acesso em: 14 Jun. 2020.

BOSS Asian. **We rented a Girlfriend in Japan**.Disponível em:
<<https://youtu.be/dLBNO33bMX0>>. Acesso em: 14 Jun. 2020.

BOSS Asian. **We rented a Korean 'Oppa'**. Disponível
em:<https://www.youtube.com/watch?v=cdcgpepswEU&list=PLZG_rSQIXvIIF8btzopnNGrsCXawKdDf5&index=10&t=0s>. Acesso em: 01 Jul. 2020.

BOURDIEU, P. **Meditações pascalianas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CUDDLE SANCTUARY. Página Inicial. Disponível em: <<http://cuddlesanctuary.com/>>.
Acesso em: 22 Jul. 2020.

CUDDLIST. Code of Conduct. Disponível em: <<https://cuddlist.com/code-of-conduct/>>.
Acesso em: 22 Jul. 2020.

FAMILY ROMANCE. Página Inicial. Disponível em:
<<https://family-romance.com/index.html>>. Acesso em: 08 Jun. 2020.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOMES, Livia Godinho Nery e SILVA JUNIOR, Nelson da. **Sobre a amizade**

em tempos de solidão. Psicol. Soc. [online]. 2007, vol.19, n.2, pp.57-64.

ILLOUZ, E. **O amor em tempos do capitalismo.** Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

JARDIM, Maria Chaves; MOURA, Paulo José Carvalho. **A construção social do mercado de dispositivos de redes sociais: a contribuição da sociologia econômica para os aplicativos de afeto.** Revista Tomo, 2017.

MARTYN-HEMPHILL, Amélia. **Rent-a-sister: Coaxing Japan's hikikomori men out of their bedrooms.** BBC News. Disponível em: <<https://youtu.be/q9IRmUEsz6g>>. Acesso em: 07 Jun. 2020.

Maybe. Página Inicial. Disponível em: <<https://maybe.sg/>>. Acesso em: 30 Jun. 2020.

Mitjavila, Myriam R; JESUS, Cristiane da Silva. **Globalização, modernidade e individualização social.** Revista Katálysis.v. 7 n. 1 (2004).

NORBERT, Elias. **A solidão dos moribundos, seguido de Envelhecer e Morrer.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2001.

Oh My Oppa. Página Inicial. Disponível em:<<https://www.ohmyoppa.com/>>. Acesso em: 30 Jun. 2020.

PADILLA, Anthony. **I spent a day with professional cuddlers.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=_iEqQfJxgMM>. Acesso em: 22 Jun. 2020.

PANOFSKY, Erwin. **Arquitetura Gótica e Escolástica: Sobre a Analogia Entre Arte, Filosofia e Teologia na Idade Média.** Martins Fontes. 2001.

SAITO, Tamaki.(斎藤環), **Shakaiteki hikikomori: Owaranai shishunki** (社会的ひきこもり：終らない思春期[Social Withdrawal: Puberty Without End].Tokyo: PHP Shinsho, 1998.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter**. Editora Record, Rio de Janeiro, 2008.

SCIORTINO. Karley. **Buying the Boyfriend Experience in Japan**. VICE Asia. Disponível em:<https://www.youtube.com/watch?v=QS2QdRaW3Qs&list=PLZG_rSQIXvIIF8btzopnNGrsCXawKdDf5&index=16>. Acesso em: 01 jul. 2020.

TAJAN, N. et al. **Hikikomori: The Japanese Cabinet Office's 2016 Survey of Acute Social Withdrawal**. The Asia-Pacific Journal, Vol. 15, 2017.

TEIXEIRA, Elsa Guedes. **Solidão, a busca do outro na era do eu: estudo sobre sociabilidades na modernidade tardia**. Sociologia, Problemas e Práticas, 2001.

THE SNUGGLE BUDDIES. Página Inicial. Disponível em:<<https://snugglebuddies.com/>>. Acesso em: 22 Jul 2020.

YARAK, Aretha. **Oxitocina, a molécula da moral**. Revista Veja, 2012. disponível em: <<https://veja.abril.com.br/ciencia/oxitocina-a-molecula-da-moral/>>. Acesso em: 20 de Jul. 2020.