

SERÁ QUE VALE SEU INVESTIMENTO? Aconselhamento amoroso no mercado digital contemporâneo¹ **IS IT WORTH YOUR INVESTMENT? Romantic advice in contemporary digital market**

Amanda Santos²
Rafaela Szmara³

Resumo: O artigo analisa como os discursos de aconselhamento amoroso, amplamente difundidos nas redes sociais e no mercado digital, refletem a influência do neoliberalismo, da cultura terapêutica e da autoajuda na forma como os indivíduos vivenciam o amor e a sexualidade. Diante da valorização do investimento estratégico em todas as áreas da vida, as relações íntimas passam a ser tratadas como um mercado competitivo, no qual é preciso investir em si mesmo para ser bem-sucedido. O texto aborda transformações históricas no regime amoroso, destacando a passagem do amor romântico para a noção de competência afetiva. Além disso, discute uma nova forma de aconselhamento para mulheres interessadas em parceiros ricos. Conclui-se que esses discursos reforçam a racionalização dos afetos e a expansão do cinismo na contemporaneidade.

Palavras-Chave: Relacionamentos. Aconselhamento amoroso. Cultura terapêutica. Mercado digital. Neoliberalismo.

Abstract: The article analyzes how romantic advice discourses, widely disseminated on social media and in the digital market, reflect the influence of neoliberalism, therapy culture and self-help on how individuals experience love and sexuality. With the emphasis on strategic investment in all areas of life, including romantic relationships, love is treated as a competitive market, requiring personal improvement and rational choices. The article explores historical transformations in the concept of love, highlighting the transition from romantic love to the notion of affective competence. Additionally, it examines the role of relationship experts and a new counseling approach for women interested in wealthy partners. The research concludes that these discourses reinforce the rationalization of emotions and the expansion of cynicism in contemporary culture.

Keywords: Relationships. Romantic advice. Therapy culture. Digital market. Neoliberalism.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2025.

² Pesquisadora de Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGCOM-UFRJ). E-mail: amandassantos94@gmail.com.

³ Mestranda em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF). E-mail: rrszmaragd@gmail.com.

1. Introdução

Cotidianamente, as mensagens presentes nos meios de comunicação nos convidam a refletir sobre as diversas formas de “investimento” necessárias para a construção de uma vida bem-sucedida e feliz. Além da miríade de cursos, manuais e consultores de investimento financeiro, os sujeitos contemporâneos são incitados também a investir estrategicamente seu tempo, dinheiro e energia em outros âmbitos da vida, como saúde, carreira e até mesmo na vida amorosa. Em um cenário no qual as tecnologias digitais aceleraram e multiplicaram as possibilidades de interações românticas e sexuais (basta pensar na popularidade dos aplicativos de relacionamento e das redes sociais), calcular em quais conexões vale a pena investir torna-se primordial. Adicionalmente, nesse mercado competitivo da prospecção amorosa, também é necessário investir em si mesmo, com o objetivo de tornar-se mais atraente, competente e interessante do que os demais concorrentes nessa corrida em busca do parceiro ideal. E não faltam, é claro, autoproclamados “especialistas em relacionamentos”, prontos para orientar os indivíduos nessa jornada, oferecendo cursos de desenvolvimento pessoal, manuais de sedução e conquista, técnicas para melhorar a performance no sexo e dicas para construir um relacionamento amoroso bem-sucedido.

Nesse sentido, o presente artigo busca refletir sobre os nexos entre amor, sexualidade, cultura terapêutica, autoajuda e neoliberalismo a partir da análise de discursos de aconselhamento amoroso presentes nas redes sociais e no mercado digital. Embora discursos de aconselhamento amoroso não sejam um fenômeno recente, as plataformas digitais facilitaram a produção, a circulação e o consumo de conteúdos voltados para esse nicho. Parte-se da compreensão de que esses discursos presentes nos ambientes online são sintomas da ascensão de novos imperativos morais e colaboram para a produção das subjetividades contemporâneas, influenciando a maneira como os sujeitos pensam suas identidades, interagem uns com os outros, criam expectativas sobre seus relacionamentos e, por conseguinte, modificam as estruturas da sociedade de forma mais ampla.

Na primeira parte do trabalho, discutimos algumas das transformações históricas no regime amoroso das sociedades ocidentais nos últimos séculos. Sugerimos que a passagem do ideal moderno de amor romântico para a noção contemporânea de competência afetiva (Illouz, 2011) revela novos enquadramentos culturais sobre a intimidade amorosa que estão orientados pela racionalidade neoliberal, realçando a autonomia individual e pregando o autoaprimoramento constante. Na sequência, apresentamos o conceito de cultura terapêutica e

de autoajuda e relacionamos sua emergência às novas formas de mal-estar no contemporâneo. A partir da análise dos discursos proferidos por uma psicoterapeuta, uma psicanalista e um *coach* de relacionamentos em seus perfis nas redes sociais, buscamos mapear alguns dos traços do aconselhamento amoroso na cultura contemporânea. Por fim, na terceira seção do texto, apresentamos uma nova tendência nas redes sociais: conteúdos de aconselhamento para mulheres que desejam se relacionar com homens ricos visando os benefícios materiais da relação. Concluímos que esses conteúdos revelam tanto a lógica de racionalização dos afetos quanto a proliferação dos cinismos relativos ao credo neoliberal na contemporaneidade.

2. Do amor romântico à competência afetiva

Segundo Anthony Giddens (1993) a ascensão do ideal de amor romântico ocorre a partir do século XIX, quando o casamento progressivamente deixa de ser contraído como uma aliança econômica e/ou política entre duas famílias para se tornar (ao menos idealmente) uma decisão voluntária tomada por dois indivíduos livres e mutuamente apaixonados. De acordo com o esquema cultural do amor romântico, o verdadeiro amor, uma vez encontrado, seria capaz de “completar” a vida dos indivíduos, além de durar para sempre (Giddens, 1993, p. 51-58). A ascensão do amor romântico foi concomitante à separação, na Modernidade, entre as esferas pública e privada e, portanto, à divisão sexual do trabalho: aos homens caberia prover o sustento de suas famílias, enquanto as mulheres seriam as responsáveis pelo cuidado com o lar e com os filhos e pelo trabalho emocional envolvido no casamento.

A idealização da mãe foi parte integrante da moderna construção da maternidade, e sem dúvida alimentou diretamente alguns dos valores propagados sobre o amor romântico. A imagem da “esposa e mãe” reforçou um modelo de “dois sexos” das atividades e dos sentimentos [...] com a divisão das esferas de ação, a promoção do amor tornou-se predominantemente tarefa das mulheres. As ideias sobre o amor romântico estavam claramente associadas à subordinação da mulher ao lar e ao seu relativo isolamento do mundo exterior. (Giddens, 1993, p. 53-54)

Na primeira metade do século XX, torna-se frequente entre os jovens a prática de sair em encontros românticos longe da supervisão familiar para namorar, novidade que permitiu aos casais estabelecerem algum nível de intimidade sexual antes mesmo do casamento (Bogle, 2008). Não obstante, a régua da liberdade sexual continuou sendo bastante distinta para homens e mulheres heterossexuais – a castidade e a fidelidade pesavam muito mais sobre elas do que sobre eles, e se com frequência o sexo fora do matrimônio era tolerado no caso masculino, a

sexualidade feminina permanecia fortemente confinada ao casamento (Giddens, 1993, p. 58). Esse cenário só começaria a ser transformado nas sociedades ocidentais a partir da segunda metade do século XX: a progressiva entrada das mulheres no mercado de trabalho, a invenção da pílula anticoncepcional e a conquista do direito ao divórcio em diversos países ocidentais garantiram às mulheres maior autonomia em relação aos seus corpos e vidas.

Entre as décadas de 1960 e 1970, os movimentos de contracultura, fortemente influenciados pelo novo “gospel” terapêutico da psicologia humanista (Moskowitz, 2001), foram responsáveis por criticar instituições como o casamento e a família, além de pleitearem por uma sexualidade mais livre. Combinando crítica social e cura psicológica, diversos movimentos sociais da época articularam o desafio ao *status quo* à livre expressão das identidades e sentimentos, numa narrativa de superação ao mesmo tempo pessoal e política: “A revolta dos jovens dos anos 60 [...] era de fato dirigida contra um ‘sistema’ que sufocava a criatividade, a individualidade e a imaginação” (Taylor, 2007, p. 476). No livro *A Mística Feminina* (1971)[1963], considerado uma obra fundamental do movimento feminista de segunda onda, a ativista norte-americana Betty Friedan denunciou como o imaginário pós-guerra que associava a feminilidade à vida doméstica reduzia as aspirações femininas aos papéis de mães e esposas, produzindo sentimentos de angústia, isolamento, infelicidade e culpa em milhares de donas-de-casa, incapazes de realizar seus plenos potenciais.

Por trás de todos esses eventos históricos, estava em jogo uma reorganização profunda do horizonte moral das sociedades ocidentais modernas. Atualmente, na maior parte das democracias liberais ocidentais, prevalecem como ideais maiores a liberdade individual, a tolerância em relação a diferentes estilos de vida e a generalização da exigência de autenticidade – ou seja, o princípio moral de que cada indivíduo possui o direito de expressar sua identidade verdadeira e de viver sua vida de acordo com as suas crenças e desejos autênticos, ao invés de se submeter às demandas de conformidade exteriores (Taylor, 2011). Evidentemente, esse conjunto de novos valores afetou também o modo como os sujeitos contemporâneos formam, experimentam e avaliam suas relações amorosas e sexuais. Uma das consequências deste novo cenário é a ascensão do que Giddens (2002) chamou de “relações puras”.

Em contraste com laços pessoais próximos em contextos tradicionais, a relação pura não está ancorada em condições exteriores da vida social e econômica – é como se flutuasse livremente. [...] O casamento se torna mais

e mais uma relação iniciada pela satisfação emocional que deriva do contato próximo com o outro, e enquanto essa satisfação persistir ele se mantém. (Giddens, 2002, p. 87)

As relações puras são simultaneamente o desenvolvimento e a superação do ideal de amor romântico. A novidade introduzida pelas relações puras, que estava ausente no ideal de amor romântico, é a efemeridade dos vínculos amorosos e sexuais, ou seja, a liberdade que os parceiros desfrutam de encerrar o relacionamento no mesmo instante em que este deixe de corresponder às suas aspirações e expectativas (Bauman, 2021). Neste novo cenário, os relacionamentos são organizados sob a égide da flexibilidade, e cada vez mais a intimidade sexual precede a intimidade amorosa. Nas últimas décadas, especialmente entre as gerações mais jovens, tornou-se popular o hábito de “ficar” (Justo, 2005): a expressão pode se referir tanto ao contato sexual com uma pessoa de forma episódica e casual, quanto a um período de relacionamento sem compromisso no qual os “ficantes” mantêm alguma regularidade em seus encontros (e que pode, eventualmente, progredir para um namoro “sério”).

A moralidade que rege essa experiência amorosa consiste em afirmar a independência mútua e a simetria no interior das relações, ao invés de exigir que se respeite, por exemplo, as normas de monogamia ou de conduta sexual decente (Illouz, 2012). Ao menos idealmente, hoje presume-se que a manutenção das relações depende somente da vontade dos indivíduos envolvidos na equação em permanecerem juntos, e não de outros critérios externos. Por outro lado, espera-se que nas relações “saudáveis”, os indivíduos sejam autônomos e seguros de seu próprio valor (Giddens, 2002, p. 90). A exigência de autonomia perturba, portanto, a crença no amor romântico, que supunha o vínculo amoroso como uma fusão emocional entre duas pessoas:

À medida que a autonomia tornou-se progressivamente central para a ideia de individualidade defendida pela psicologia, a fusão emocional foi considerada uma ameaça à autonomia do *self* e foi substituída por um ideal de negociação entre dois indivíduos maduros e autônomos. Fundir-se com o outro ou subjugar-se ao outro passou a ser visto como uma negação da reivindicação básica de autonomia, por sua vez um sinal de patologia emocional. (Illouz, 2012, p. 164)

A conquista dessa inédita liberdade sexual e emocional, entretanto, produziu suas próprias formas de mal-estar. Muitos hoje queixam-se da fragilidade dos laços humanos e lamentam o modo como os relacionamentos íntimos tornaram-se “descartáveis”. Larissa Pelúcio (2022) propõe o conceito de “uberização do amor” para descrever essa transformação

dos afetos em um contexto neoliberal, no qual as tecnologias digitais tornaram rápido e fácil iniciar novas conexões, bem como “deletar” as obsoletas. Assim como os motoristas de aplicativo devem ser capazes de gerenciar o próprio trabalho de forma autônoma, Pelúcio aponta que “as relações erótico-amorosas uberizadas” exigem dos indivíduos flexibilidade e “disponibilidade para se lançar no mercado dos afetos como empreendedoras/es que deveriam saber administrar seus sentimentos e potencializar suas habilidades emocionais” (Pelúcio, 2022, p. 206).

Para Eva Illouz (2011), essas habilidades emocionais constituem uma nova forma de capital cultural nos dias atuais: a “competência afetiva”. A competência afetiva é, para a autora, a “capacidade de exibir um estilo afetivo definido e promovido pelos psicólogos”, e passou a ser considerada um “atributo crucial do eu maduro” (Illouz, 2011, p. 92-94). Ela envolveria capacidades de comunicação, empatia, monitoramento das próprias emoções, autoconhecimento, manejo das relações etc. No meio empresarial, essas capacidades têm sido chamadas de *soft skills* e são consideradas fundamentais para obter sucesso no mundo dos negócios. No âmbito dos relacionamentos íntimos, a crença generalizada é a de que a competência afetiva é um recurso essencial para os casais incrementarem seu nível de intimidade e conexão, solucionarem problemas de forma pacífica e preservarem o bem-estar individual e da relação. Assim, os sujeitos capazes de demonstrar competência afetiva terão concretamente mais chances de serem bem-sucedidos em seus meios sociais, tanto financeiramente, quanto amorosamente.

No entanto, para aqueles que almejam a felicidade conjugal, adquirir competência afetiva não será suficiente – os sujeitos contemporâneos são ensinados a investir também no aperfeiçoamento de suas habilidades e performances sexuais. Na modernidade tardia, a satisfação sexual recíproca foi convertida em um elemento-chave para o sucesso dos relacionamentos íntimos (Giddens, 1993, p. 73). Desde meados do século passado, transformações na moralidade sexual foram responsáveis por desestigmatizar uma série de práticas eróticas antes consideradas imorais e colocar o prazer sexual no centro da busca individual por felicidade (Vaz, 2014). Como resposta a esse processo, surge uma exploração econômica da erotização (Foucault, 1979; Kaplan & Illouz, 2022) que abrange desde a banalização da pornografia e do trabalho sexual até um rentável mercado de brinquedos eróticos, tratamentos para aumentar a libido e cursos com dicas para “apimentar” a relação.

Assim, a racionalidade neoliberal inseriu a sexualidade no interior de um novo dispositivo “desempenho/gozo” (Dardot & Laval, 2016):

As práticas sexuais, no imenso discurso “psicológico” que hoje as analisa, estimula e enche de conselhos de todos os tipos, tornam-se exercícios pelos quais cada um de nós é levado a confrontar-se com a norma do desempenho socialmente exigido: número e duração das relações, qualidade e intensidade dos orgasmos, variedade e atributo dos parceiros, números e tipos de posições, estimulação e conservação da libido em todas as idades tornam-se objeto de pesquisas detalhadas e recomendações precisas. (Dardot & Laval, 2016, p. 353)

Quando as relações se tornam efêmeras e deixam de depender de critérios externos, elas passam a ser objeto constante de negociação e reflexão: “[...] em relações que só existem por si mesmas, o que quer que vá mal entre os parceiros intrinsecamente ameaça a própria relação” (Giddens, 2002, p. 88). Mesmo nos relacionamentos estáveis, permanecerá presente algum nível de escrutínio e questionamento reflexivo (“*Essa relação ainda me faz feliz?*”, “*Minhas necessidades emocionais e sexuais estão sendo atendidas?*”). Essa persistente inquietação sobre a qualidade da relação atual, somada à natureza volátil dos vínculos íntimos e à crença de que um relacionamento “saudável” depende da aquisição de competências afetivas e sexuais específicas, tem propiciado uma explosão de cursos, manuais de autoajuda e autointitulados “especialistas” em relacionamentos, que prometem orientar os indivíduos a navegarem nas águas turbulentas dos relacionamentos atuais. Assim, difunde-se a crença de que “o sucesso ou o fracasso no amor depende exclusivamente das ações e das estratégias adotadas pelo indivíduo” (Kessler, 2013, p. 367).

3. O mercado digital do aconselhamento amoroso

A outra face da emergência do regime de autenticidade, do relativismo moral e da valorização da liberdade individual na modernidade tardia foi a desarticulação dos horizontes morais e simbólicos que davam significado ao mundo, organizavam a vida social e forneciam as condições necessárias à construção da segurança ontológica: “O indivíduo se sente privado e só num mundo em que lhe falta o apoio psicológico e o sentido de segurança oferecidos em ambientes mais tradicionais” (Giddens, 2002, p. 38). Se o mal-estar na civilização moderna provinha da repressão dos impulsos instintivos em troca da segurança da vida em comunidade (Freud, 2011), o mal-estar contemporâneo se relaciona ao excesso de liberdade e de possibilidades, que coloca sobre cada indivíduo a responsabilidade de gerir a própria vida e

extrair dela o máximo de satisfação possível. Paradoxalmente, essa cultura que enaltece a autonomia, a autenticidade e o hedonismo, na qual “ninguém pode saber mais do que o indivíduo sobre o que é melhor para ele” (Vaz, 2014, p. 39), acaba produzindo sujeitos angustiados com o rumo de suas próprias vidas e ansiosos por aconselhamento e orientação.

O indivíduo torna-se gestor de si. A felicidade que era uma aspiração, tornou-se seu dever. [...] Aparentemente hedonista, esta sociedade acaba impondo aos sujeitos um esforço incessante para se manterem à altura de expectativas – de performances física, mental e social – que não conseguem atender. Instados a ser autônomos e bem-sucedidos nas suas escolhas, os indivíduos acabam por criar uma incessante demanda por assistência e amparo que multiplica os dispositivos de ajuda (discursivos, sociais e tecnológicos) com que tentam dar conta de construir seu destino. (Bezerra Jr., 2010, p. 118-119)

De acordo com Furedi (2004), vivemos hoje em uma “cultura terapêutica” na qual atribuímos imensa importância às emoções e à saúde mental dos indivíduos – assim, nós compartilhamos a crença de que “os sentimentos são sagrados e a salvação reside na autoestima, de que a felicidade é o destino final e a cura psicológica é o meio para alcançá-lo” (Moskowitz, 2001, p. 1). Uma das características dessa cultura é o modo como diversas situações cotidianas passaram a ser interpretadas a partir de um vocabulário oriundo da psiquiatria e da psicologia, como trauma, autoestima, autossabotagem, fobia, inconsciente, fantasias, saúde mental, depressão etc. Especialmente graças aos meios de comunicação, essas expressões “escaparam” do consultório clínico e passaram a ser utilizadas tanto por especialistas quanto por pessoas leigas para descrever e avaliar suas experiências de vida, e em especial seus relacionamentos afetivos.

Por fim, a cultura terapêutica contemporânea pode ser caracterizada pela aliança entre psicologia e autoajuda, duas formas de discurso que hoje “entrelaçaram-se a tal ponto que são praticamente indistinguíveis” (Illouz, 2011, p. 63). Mais do que um segmento literário, a autoajuda deve ser entendida como um conjunto de representações morais calcadas na responsabilidade e no poder de cada indivíduo de melhorar a própria sorte, alinhando-se aos principais valores do individualismo neoliberal. O sucesso da autoajuda pode ser visto na profusão de histórias de vida exemplares e de especialistas na mídia que visam fornecer aos sujeitos os conselhos e as ferramentas certas para identificarem seus problemas, superarem seus bloqueios mentais e transformarem suas vidas (Castellano, 2012).

Uma das mais prestigiadas especialistas em questões de relacionamento no Brasil é a psicoterapeuta e terapeuta sexual Anahy D’Amico. Anahy tornou-se conhecida por atuar como

psicóloga no programa *Casos de Família*, exibido na rede de televisão aberta SBT entre 2004 e 2023. Em 2019, Anahy começou a produzir conteúdos para redes sociais, como Instagram, YouTube e TikTok. Somados, seus perfis nessas redes acumulam mais de quatro milhões de seguidores. Em seu canal no YouTube, o intuito da psicóloga é “aconselhar você a partir de temas ligados a relacionamentos e amor-próprio, contribuindo assim para a sua evolução”⁴. Em seus vídeos, são frequentemente abordados assuntos como relacionamentos tóxicos, dependência emocional e abuso psicológico. Além do conteúdo produzido para as redes sociais, Anahy também é criadora e mentora do curso “Jornada da Transformação”, que promete ensinar à aluna como “recuperar sua autoestima, fornecendo estratégias práticas, apoio emocional e conhecimento especializado para que ela reconheça seu valor”⁵. Segundo o site, “o investimento financeiro no curso pode se traduzir em benefícios emocionais, psicológicos e sociais a longo prazo.”

Na cultura contemporânea, a autoestima tornou-se uma das categorias culturais mais amplamente acionadas na forma como indivíduos lidam com os seus infortúnios, explicam seus sucessos e fracassos e aconselham uns aos outros sobre como é possível melhorar suas vidas (Hewitt, 1998, p. 19). Hoje, a autoconfiança e o orgulho são abertamente enaltecidos, em detrimento da humildade e da modéstia que anteriormente teriam sido vistos como comportamentos moralmente superiores (Freire Filho, 2013). Atitudes que poderiam ser enquadradas como egoístas passam a ser justificadas em nome do cuidado de si e da própria autoestima. Ao invés de preocupar-se com os outros, a recomendação da vez é colocar-se em primeiro lugar, libertando-se “da mutiladora preocupação em satisfazer metas e expectativas alheias ao *self* autêntico” (Freire Filho, 2013, p. 48-49).

A importância dada nas sociedades contemporâneas à recuperação da autoestima é explicada pela crença de que reside na baixa autoestima a chave explicativa para diversos comportamentos negativos, problemas sociais e patologias mentais como depressão, gravidez precoce, delinquência juvenil, desemprego, problemas afetivos, transtornos alimentares, timidez excessiva, ansiedade, dificuldades de aprendizado, dependência química etc. (Hewitt, 1998; Furedi, 2004; Freire Filho, 2013). Nas falas de Anahy D’Amico, a baixa autoestima é considerada causa e consequência dos relacionamentos tóxicos e abusivos, e o

⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/@PapocomAnahyDAmico>. Acesso em 22 fev. 2025.

⁵ Disponível em: <https://anahydamico.com.br/>. Acesso em 22 fev. 2025.

desenvolvimento da autoconfiança é um antídoto para a “armadilha” da dependência afetiva, considerada uma forma de patologia na cultura contemporânea (Furedi, 2004, p. 77):

Nunca duvide da sua capacidade. Uma pessoa que não acredita em si mesma se torna insegura, e daí é mais fácil cair em armadilhas, porque você tende a procurar um salvador da prática. Essa é a armadilha que sempre cai uma pessoa que não tem amor próprio: ela precisa de alguém para que ela se sinta com valor, ela tem que se sentir protegida, porque ela não confia na própria capacidade de se cuidar. Ela não tem autoconfiança.⁶

Além das dicas para elevar a autoestima, a psicóloga parece ter o intuito de educar a audiência sobre a qualidade de suas relações amorosas, guiando inclusive as decisões sobre o futuro de seus relacionamentos, como nos vídeos “Chegou a hora de terminar esse relacionamento”⁷, “Sinais de que um relacionamento não vai dar certo”⁸, “Como saber a hora de sair de um relacionamento”⁹. Nesses vídeos, a psicóloga apresenta sinais que servem para alertar sobre a possível falência da relação. Sem conhecer os envolvidos e, portanto, sem levar em consideração suas subjetividades, as relações são avaliadas a partir de parâmetros generalistas e definidas como sendo fracassadas ou não, saudáveis ou não, tóxicas ou não etc. Caso optem por seguir os conselhos da terapeuta e terminar seus relacionamentos, as seguidoras de Anahy também contam com vídeos para aprender “Como terminar um namoro da melhor maneira”¹⁰ e “8 dicas infalíveis para superar o término de um relacionamento”¹¹.

Como o exemplo de Anahy D’Amico revela, a internet forneceu um novo e ilimitado espaço para a discussão pública de problemas pessoais, expandindo exponencialmente o mercado para esse tipo de conteúdo. No mercado digital, a autoajuda pode ser comercializada

⁶ Papo com Anahy D’Amico. COMO DESENVOLVER O AMOR PRÓPRIO | ANAHY D’AMICO. **YouTube**, 22 abr. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KHA4Sq9TVR8>. Acesso em 22 fev. 2025.

⁷ Papo com Anahy D’Amico, CHEGOU A HORA DE TERMINAR ESSE RELACIONAMENTO | ANAHY D’AMICO. **YouTube**, 05 dez. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PgaUZYPGFIU&t=444s>. Acesso em 23 fev. 2025.

⁸ Papo com Anahy D’Amico. SINAIS QUE UM RELACIONAMENTO NÃO VAI DAR CERTO | ANAHY D’AMICO. **YouTube**, 29 abr. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=2PEmA3sGgJw>. Acesso em 23 fev. 2025.

⁹ Papo com Anahy D’Amico. Como saber a hora de sair de um relacionamento | Anhy D’Amico. **YouTube**, 13 fev. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dRDUDI-5yeQ>. Acesso em 23 fev. 2025.

¹⁰ Papo com Anahy D’Amico. COMO TERMINAR UM NAMORO DA MELHOR MANEIRA | ANAHY D’AMICO. **YouTube**, 29 mar. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1E3ri2I9LGo>. Acesso em 23 fev. 2025.

¹¹ Papo com Anahy D’Amico. 8 Dicas INFALÍVEIS para superar o TÉRMINO DE UM RELACIONAMENTO com Dra Anahy. **YouTube**, 25 jan. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=43jgsuRnqPI>. Acesso em 23 fev. 2025.

em inúmeros formatos, como vídeos, *ebooks*, *podcasts*, cursos e treinamentos, mentorias online, grupos exclusivos etc. Além disso, a arquitetura algorítmica das plataformas de redes sociais, baseadas na coleta de dados e na criação de perfis psicométricos, permitem que esses infoprodutos sejam “recomendados” para públicos altamente segmentados e mais suscetíveis às mensagens apresentadas. (Bruno, Bentes & Faltay, 2019). Por fim, as redes sociais permitem uma interação com o público mais próxima do que os formatos midiáticos tradicionais (como a literatura de autoajuda e os *talk-shows* televisivos) e mais abrangente do que uma sessão de terapia individualizada. No Instagram, por exemplo, é comum que especialistas e *coaches* de relacionamento aproveitem os recursos como as “caixinhas de perguntas” ou as sessões de comentários para interagir com seus seguidores, emulando uma relação de proximidade e intimidade que reforça a confiança em seus ensinamentos.

Se os vídeos de Anahy D’Amico visam ensinar ao público os passos para sair de uma relação falida, outros conteúdos online tem como objetivo instruir as mulheres sobre como conquistar um relacionamento amoroso de sucesso. Para a psicanalista, empreendedora e influenciadora digital Mylla Murta, construir uma presença online estratégica nas redes sociais é o caminho mais rápido e certo para encontrar um parceiro compatível e engatar um relacionamento sério. Autodenominada “*expert* em relacionamentos”, Mylla garante que é capaz de ajudar as mulheres a encontrarem um “homem de alto valor” e afirma que suas alunas só ficam solteiras se quiserem.¹² Ela acredita que “o perfil do Instagram é o currículo da nossa vida social” e que, assim como uma empresa, as mulheres também precisam realizar um “processo seletivo” antes de saírem em encontros românticos. Segundo ela, “relacionamento não é sobre sorte, é sobre estratégia”.¹³ Seu curso “Chuva de Direct”¹⁴ é voltado para mulheres que buscam conhecer homens interessantes através dos *stories* do Instagram, e ensina métodos de marketing pessoal para mulheres solteiras, afinal,

[...] *quem não é visto, não é lembrado*. Por mais que você seja essa mulher interessante, com história de vida legal, que seja uma mulher bonita, engraçada, leve, ainda assim não é suficiente, porque se você não consegue se conectar com muita gente as chances de você encontrar alguém compatível é muito pequena. E qual é a maneira mais eficiente de conhecer gente nova

¹² Mylla Murta. Energia feminina e masculina | Mylla Murta - Expert em Relacionamentos. **YouTube**, 24 jan. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YoH9E52H-V8>. Acesso em 21/11/2024.

¹³ @myllamurta, **TikTok**, 24 out. 2024. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMh3Y9rkm/>. Acesso em 21/11/2024.

¹⁴ Disponível em: <https://myllamurta.com/chuva-de-direct-v2/>. Acesso em 21/02/2025.

hoje em dia? É usando a rede social a seu favor. É usando o seu perfil do Instagram para que você aumente essa visibilidade, para que você se apresente e consiga se conectar com pessoas compatíveis. (grifo nosso)¹⁵

Para isso, o curso estabelece a “maneira correta” de usar ferramentas através de um “passo a passo” que visa “chamar a atenção das pessoas certas”, destacando a própria personalidade¹⁶. Embora, em suas postagens nas redes sociais, a influenciadora costume dar ênfase ao conceito de autenticidade, seus cursos parecem ensinar padrões de comportamento e de construção de imagem que vão na direção oposta do que seria espontâneo e, portanto, autêntico. Além do “Chuva de Direct”, a influenciadora também vende a “Análise de Perfil – Método Mylla Murta”, que oferece um “diagnóstico completo” do perfil do Instagram, direcionado para “a mulher que busca identificar os desajustes no perfil do Instagram que estão a impedindo de se conectar com a audiência e atrair novos seguidores”.¹⁷ De acordo com a plataforma de venda do serviço, a análise dura em média 40 minutos e considera a foto de perfil, a biografia, os destaques e o *feed* da cliente. Ambos os cursos apontam para a emergência, na cultura contemporânea, de “uma subjetividade radicalmente próxima do olhar do outro e inserida num regime de visibilidade onde as tecnologias de informação e de comunicação têm um papel fundamental” (Bruno, 2005, p. 58), de uma subjetividade “alterdirigida” (Sibilia, 2008):

Produzir o efeito desejado: disso se trata, justamente, quando se considera a construção de uma subjetividade alterdirigida ou exteriorizada. É para isso que se elabora uma imagem de si: para que seja vista, para exibi-la e que seja observada, para provocar efeitos nos outros [...] Uma personalidade eficaz e visível, capaz de se mostrar na superfície da pele e das telas. (Sibilia, 2008, p. 244)

Outro destaque no nicho de aconselhamento amoroso, Diego Mattos, mais conhecido como Diego Muda Vidas, se apresenta como *coach* de mulheres e “especialista na arte de conquista e persuasão”¹⁸. Em suas redes sociais no Instagram, TikTok e YouTube acumula três milhões de seguidores e promete “mostrar a verdade sobre a mente masculina” e “ensinar truques psicológicos para fazer ele te assumir”. Diego faz parte de uma nova legião de “gurus

¹⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DFIsbiHP8IL/>. Acesso em 23/02/2025.

¹⁶ Disponível em: <https://myllamurta.com/chuva-de-direct/>. Acesso em 21/02/2025.

¹⁷ Disponível em: <https://myllamurta.com/analise-de-perfil/>. Acesso em 23 fev. 2025.

¹⁸ Disponível em: <https://metodoboadecama.com.br/>. Acesso em 23 fev. 2025.

amorosos” que vendem cursos ensinando às mulheres técnicas de conquista¹⁹. Através de verbos de comando – “faça isso”, “seja assim”, “nunca faça isso” –, o *coach* ensina como as mulheres podem se tornar “mulheres de alto valor” na visão dos homens com quem elas desejam um relacionamento sério. Em vídeos como “Você sabe o que é ter a postura de uma mulher de valor?”²⁰ ou “Como é uma mulher de alto valor para um homem”²¹, Diego afirma:

Eu vou te explicar nesse vídeo duas atividades que você pode fazer e mostrar na sua rede social que faz o homem olhar e falar ‘essa mulher é de valor’. Porque nós homens, amiga, a gente identifica uma mulher quando é uma mulher de valor, uma mulher só pra pegar [...]

Esse tipo de discurso sobre “mulheres de alto valor” remonta à moralidade sexual dos séculos XVIII e XIX, na qual “a castidade [feminina] operava como um sinal de classe e moralidade, e portanto, poderia ser usada como um capital no mercado de casamentos burguês” (Kaplan & Illouz, 2022, p. 59). No vídeo intitulado “Nunca dê para um homem no primeiro encontro”²², postado em seu canal no YouTube, Diego instrui as mulheres a não fazerem sexo no primeiro encontro se quiserem ser valorizadas e ter um relacionamento sério. Em outro vídeo²³, Diego também sugere que uma mulher de alto valor deve praticar atividades físicas para manter um corpo atraente, mas ela não deve publicar fotos vulgares nas redes sociais:

Isso perde pontos pro homem, tá? Ela tá ali mostrando a bunda porque ela quer que um monte de homens “comentem” ela. Então fotos querendo mostrar muito o corpo, sensualizando ou “avantajando” a bunda, fazem o homem imaginar que você quer a validação dos outros homens. Ou seja, eu não quero uma mulher que quer se mostrar pros outros homens.

Paradoxalmente, no mesmo vídeo em que Diego afirma que as mulheres devem exibir certos comportamentos “recatados” em público, ele também aproveita para divulgar o seu novo treinamento “MANUAL DA P*TA NA CAMA”. Nele, o *coach* promete ensinar “tudo que

¹⁹ TEIXEIRA, Mariana. Macho palestrinha: quem são os 'gurus' que ganham dinheiro ensinando mulheres a conquistar homens. **O Globo**, 06 jun. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/celina/macho-palestrinha-quem-sao-os-gurus-que-ganham-dinheiro-ensinando-mulheres-conquistar-homens-23714694>. Acesso em 23 fev. 2025.

²⁰ Diego Muda Vidas. Você sabe o que é ter a postura de uma mulher de valor?. **YouTube**, 13 fev. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IM3C1YxunC4>. Acesso em 23 fev. 2025.

²¹ Diego Muda Vidas. COMO É UMA MULHER DE ALTO VALOR PARA UM HOMEM. **YouTube**, 01 dez. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JbQHZyEMfX0>. Acesso em 23 fev. 2025.

²² Diego Muda Vidas. NUNCA DÊ PARA UM HOMEM NO PRIMEIRO ENCONTRO. **YouTube**, 26 mar. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PDlarGpqxik>. Acesso em 23/02/2025.

²³ Diego Muda Vidas. COMO É UMA MULHER DE ALTO VALOR PARA UM HOMEM. **YouTube**, 01 dez. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JbQHZyEMfX0>. Acesso em 23 fev. 2025.

mais enlouquece o homem na cama, como fazer um bom boquete, como xingar ele da forma certa, quais posições nunca relevadas que dão mais tesão pro homem...”²⁴. Embora afirme que seus conteúdos sejam voltados para ajudar as mulheres, o prazer sexual delas parece não ser relevante, já que suas dicas visam somente à satisfação sexual masculina. Nas recomendações de conduta oferecidas por Diego “Muda Vidas”, o que interessa é agradar aos potenciais parceiros, seja pela performance de uma “mulher de alto valor”, seja pelo desempenho de “puta na cama”. Assim, os discursos do *coach* reforçam estereótipos machistas disfarçados de “dicas” para as mulheres, que devem aprender a se “valorizar” como um “produto” em uma prateleira:

Eu tenho um produto, certo? E não estou dizendo que você é um produto, estou usando uma analogia. E o meu produto tem um preço. Só que o cara não tem o preço pra pagar pelo meu produto. Eu vou dar o produto para ele? Não. ‘Amigo, quando você tiver o dinheiro, você vai ter’. E olhe lá, se ninguém levar antes. [...] Ele não pagou o preço, ele não vai sair com você. Você tem que aprender a cobrar o preço direito. A cada vez que ele tenta relaxar, ele vai ser penalizado. E a penalidade é não te ver. [...] Agora ele sabe que se ele não fizer aquilo que realmente convém a você, ele perde o prêmio.²⁵

4. “Ser interesseira é um favor que você se faz”: o cinismo contemporâneo nos discursos de aconselhamento amoroso

Em seus discursos, tanto Mylla Murta quanto Diego Muda Vidas utilizam expressões que remetem a dinâmicas mercadológicas, como por exemplo “homens/mulheres de alto valor”, “processo seletivo”, “estratégia” e “cobrar/pagar o preço”. Segundo Eva Illouz (2011), a busca de um parceiro romântico hoje ocorre em muitos sentidos sob a forma de uma “transação econômica”, deixando as pessoas “nervosas quanto ao seu valor [...] e ansiosas por melhorar de posição nesse mercado” (Illouz, 2011, p. 127). Se por um lado os sujeitos devem aprender a investir em si mesmos para aumentar suas chances de sucesso nesse mercado amoroso contemporâneo, por outro, eles também são ensinados a calcular “o custo-benefício de sua busca, seja em termos de tempo, seja no sentido de que elas querem maximizar os atributos da pessoa encontrada” (Illouz, 2011, p. 127). Nem sempre, entretanto, essas expressões econômicas são utilizadas apenas como metáforas.

Como discutido acima, as transformações morais na modernidade tardia fizeram com que as relações amorosas deixassem de ser organizadas por critérios externos e passassem a

²⁴ Idem.

²⁵ Diego Muda Vidas. COMO CONQUISTAR UM HOMEM RICO, BONITO, INTELIGENTE, CARINHOSO. **YouTube**, 01 jul. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=E9JxCPdQWE>. Acesso em 23/02/2025.

depende apenas do desejo do casal em permanecer junto. No entanto, em um contexto cultural no qual a ideia de bem-estar é cada vez mais associada ao sucesso financeiro, ao consumo de produtos e experiências e à ostentação de um estilo de vida prazeroso, os possíveis ganhos financeiros de uma relação amorosa parecem ter se tornado muito atraentes, afinal “o amor não apenas é sentimento que move as ações, mas também movimenta investimentos monetários em torno dos relacionamentos: presentes, jantares, cartões, viagens, joias, vestuário e outros mais” (Kessler, 2013, p. 365). Dessa forma, muitas mulheres hoje buscam um parceiro rico para ascender socialmente e viver com mais conforto. Embora esse não seja um fenômeno inédito, a singularidade contemporânea reside em como essa busca é justificada por meio de uma narrativa de amor-próprio e liberdade individual.

Um dos exemplos dessa narrativa está no livro de autoajuda *Como conseguir um homem rico*, escrito pela CEO do Meu Patrocínio (site de relacionamentos *sugar*) Jennifer Lobo e pela *coach* de casais e especialista em relacionamentos Regina Vaz. As autoras afirmam que as mulheres não precisam se sentir culpadas por buscarem esse tipo de relacionamento, afinal, essa seria uma liberdade e um direito delas. Quaisquer questionamentos ou críticas que venham a enfrentar são desqualificados, considerados como “julgamentos preconceituosos da sociedade”:

Você é uma mulher moderna do século XXI. Hoje não há mais limites para alcançar a meta desejada e até mesmo conquistar um companheiro inteligente, bem-sucedido e que sabe o que quer. É uma liberdade e um direito seu. Se você encarar assim, vai entender que não deve se sentir culpada. Nestas páginas você vai aprender, entre muitas coisas, como escapar das “alfinetadas” e julgamentos preconceituosos da sociedade. Como evitar a perda de tempo com namoros que não levam a nada para alcançar seu sonho e objetivo. (Lobo & Vaz, 2017, l. 42)

Conforme apontado por Vaz (2014), na cultura contemporânea, a luta contra o preconceito torna-se um fragmento autobiográfico que pode ser apropriado por qualquer pessoa: “O preconceito agora não pode ter forma definida; mais precisamente, o que existe é o preconceituoso como um significante vazio, a ser preenchido por alguma figura na medida das necessidades narrativas de um indivíduo”. (Vaz, 2014, p. 43). O livro sustenta a ideia de que uma mulher não deveria ser obrigada a escolher entre o amor e o dinheiro, frisando um discurso de direito à felicidade e ao bem-estar:

Você NÃO tem que escolher ENTRE o amor e o dinheiro. Você PODE e merece ter ambos! E para ser feliz deveria ter os dois. [...] Dinheiro com amor

é uma combinação PERFEITA para qualquer ser humano. Imagine para você! Afinal, quem merece o melhor em primeiro lugar? (Lobo & Vaz, 2017, l. 64)

Outra manifestação desse fenômeno é a *trend*²⁶ das *trophy wives* (neologismo para “esposas-troféus”), que viralizou especialmente na plataforma TikTok²⁷. “Esposa-troféu” é uma expressão coloquial usada para caracterizar mulheres jovens e atraentes que se casam com homens geralmente mais velhos e com alto poder aquisitivo. Grande parte dessas mulheres não possui uma carreira profissional, mas mesmo entre aquelas que têm fonte de renda própria, seu estilo de vida luxuoso é bancado pelo marido. Diferentemente das donas-de-casa tradicionais, as esposas-troféus não costumam realizar tarefas domésticas, podendo dedicar seu tempo somente a cuidados com a própria aparência e *hobbies*. Nas redes sociais, mulheres que se identificam como “esposas-troféus” ostentam uma rotina baseada em viagens, salões de beleza, academia, procedimentos estéticos, compras em lojas de luxo e restaurantes renomados.

Em uma cultura marcada pela popularização de discursos e atitudes feministas, o desejo de se tornar uma “esposa-troféu” bancada pelo marido pode parecer anacrônico, afinal, as mulheres contemporâneas são incentivadas a priorizarem suas carreiras ao invés de relacionamentos amorosos. Entretanto, a popularização das *trends* que exaltam dinâmicas de relacionamento pautadas em ideais conservadores pode ser indício de um mal-estar atribuído ao feminismo. Esse mal-estar está relacionado ao fato de que muitas mulheres hoje sentem-se sobrecarregadas pela dupla jornada de trabalho e pela pressão social para que sejam bem-sucedidas em múltiplas áreas. Nesse contexto, a vida ostentada pelas “esposas-troféus” nas redes sociais parece seduzir um crescente número de mulheres, que afirmam sonhar com um casamento que as permita parar de trabalhar e viver uma vida luxuosa. Assim, muitas influenciadoras têm se dedicado a produzir conteúdos que visam auxiliar as mulheres a conquistarem esse “marido rico”, como é o caso de Ana d’Utra Vaz.

A influenciadora, conhecida nas redes sociais pelo seu *username* “supervulgar”, ficou famosa nas redes por seus conselhos amorosos “polêmicos”, que incentivam as mulheres a serem “interesseiras” em seus relacionamentos com os homens. Em outubro de 2023, seu vídeo

²⁶ As *trends* (em português: tendências) são assuntos ou temas em destaque nas redes sociais. Com ampla repercussão, elas possuem grande potencial de influenciar comportamentos online.

²⁷ FIRPO, Mafê. Esposa troféu: como a onda do retrocesso se espalha pelas redes. **Veja**, 09 ago. 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/comportamento/esposa-trofeu-como-a-onda-do-retrocesso-se-espalha-pelas-redes>. Acesso em 23 fev. 2024.

“coisas que eu faço em *date* sem um pingão de vergonha na cara”²⁸ viralizou no aplicativo TikTok, onde ela conta atualmente com três milhões de seguidores. No vídeo, a influenciadora explica que, ao sair para um encontro romântico com um homem, se recusa a pedir o próprio carro de aplicativo ou pagar a conta do jantar. Na sua opinião, se um homem deseja sair com uma mulher, ela deve “exigir ser bem-tratada”.

Em seu *podcast*, no episódio “SER INTERESSEIRA É UM FAVOR QUE VOCÊ SE FAZ”²⁹, a influenciadora aconselha que as mulheres não tenham medo de ser chamadas de interesseiras, já que isso é um favor que elas fazem para suas próprias vidas. Já no episódio intitulado “Então, você quer ficar com um cara rico?”³⁰, Ana ensina um passo a passo do que as mulheres devem fazer para conseguirem um relacionamento com um homem endinheirado. Ao decorrer do episódio, ela explica para as ouvintes que é preciso demonstrar interesse nos gostos, *hobbies*, interesses e assuntos da “alta sociedade”, inclusive buscando se informar sobre estes temas para não cometer “gafes”:

Você tem que ter uma noção dos *hobbies* que essas pessoas têm, e você tem que ter um interesse no que eles têm interesse. [...] Com quem você quer se associar e na direção que você quer evoluir, você tem que ter interesse no que as pessoas que você quer estar por perto têm interesse, ok?

Em todos esses conteúdos, o desejo de ser sustentada por um homem rico é admitido sem eufemismos, evidenciando um deslocamento das bases morais contemporâneas, onde “germinam certos ‘cinismos’ afinados com o ideário neoliberal” (Sibilia, 2023, p. 325). Nas sociedades modernas burguesas, a rígida separação entre o certo e o errado, o moral e o imoral, favorecia uma postura hipócrita: “o hipócrita pode mentir ou se comportar de modo controverso, mas faz isso tentando não ser descoberto porque, no fundo, ele sabe que está agindo errado” (Sibilia, 2023, p. 334). Nos discursos contemporâneos analisados, entretanto, revela-se uma estratégia distinta. Tanto a influenciadora Supervulgar quanto o *coach* Diego

²⁸ @supervulgar, **TikTok**, 03 out. 2023. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMh3YqSnP/>. Acesso em 23 fev. 2025.

²⁹ EP. 28 - SER INTERESSEIRA É UM FAVOR QUE VOCÊ SE FAZ. [Locução de]: Ana d’Utra Vaz. [S.I.]: SUPERVULGAR Podcast, fev. 2023. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2SX9KqAhjCatY91QRSyykz?si=rODKir7aQ3a35ldr1TpRog&nd=1&dlsi=7215ff24d6fb497d>. Acesso em: 14/02/2025.

³⁰ EP. 18 - Então, você quer ficar com um cara rico? (PARTE 1). [Locução de]: Ana d’Utra Vaz. [S.I.]: SUPERVULGAR Podcast, jan. 2021. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/27sNnOZ0vqVyg0kV35SaFd?si=dfe270271f574a29&nd=1&dlsi=6a9edd49a5264b05>. Acesso em: 14/02/2025.

Muda Vidas justificam seus conselhos pelo fato de que eles estariam sendo sinceros com seus seguidores, “expondo a verdade” sobre os relacionamentos e sobre a forma de pensar dos homens: “Eu não sou machista não, tá, gente? Mas é a realidade da situação, não é o que eu acho”³¹, “Homem pensa dessa forma, tá? Não que ele esteja certo, mas homem pensa assim”³². Em uma paisagem midiática na qual falas polêmicas têm mais chance de viralizar, esse tipo de “sinceridade” cínica vende muito bem:

Daí o oportunismo da estratégia cínica: pode “falar a verdade” e fazer o que quiser, sem culpas nem vergonhas, sem se responsabilizar nem assumir eventuais consequências. Pode inclusive se orgulhar dessa atitude, apostando nas repercussões de sua audácia e capitalizando os resultados cada vez mais abissais [...] (Sibilia, 2023, p. 334)

5. Considerações finais

O artigo buscou colocar em evidência alguns dos discursos existentes no nicho do aconselhamento amoroso nas redes sociais digitais, refletindo sobre os valores morais e padrões de interação engendrados por eles. Evidentemente, essa análise não esgota todas as diferentes vertentes do fenômeno, já que, na seleção dos objetos, priorizamos os conteúdos voltados para mulheres heterossexuais e optamos por deixar de fora discursos de caráter religioso, que surgiram regularmente durante nossas pesquisas. Ainda assim, é possível traçar algumas conclusões a partir dos materiais analisados.

Percebe-se, em primeiro lugar, que essas formas de aconselhamento agem na produção de juízos sobre comportamentos certos e errados nas relações amorosas, além de fornecerem diretrizes sobre como ter um desempenho vantajoso na vida íntima, conquistando mais parceiros sexuais ou mantendo uma união amorosa saudável. Nesse sentido, esses discursos apontam para uma moralização e racionalização dos afetos e do amor:

Na cultura do capitalismo afetivo, os afetos se tornaram entidades a ser avaliadas, inspecionadas, discutidas, negociadas, quantificadas e mercantilizadas. [...] A mesma formação cultural que fez as mulheres exigirem igualdade de posições nas esferas pública e privada é também a que

³¹ EP. 28 - SER INTERESSEIRA É UM FAVOR QUE VOCÊ SE FAZ. [Locução de]: Ana d’Utra Vaz. [S.I.]: SUPERVULGAR Podcast, fev. 2023. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2SX9KqAhjCatY91QRSyykz?si=rODKir7aQ3a35ldr1TpRog&nd=1&dlsi=7215ff24d6fb497d>. Acesso em: 14/02/2025.

³² Diego Muda Vidas. COMO É UMA MULHER DE ALTO VALOR PARA UM HOMEM. **YouTube**, 01 dez. 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JbQHZyEMfX0>. Acesso em 23 fev. 2025.

tornou os laços íntimos desapaixonados, racionalizados e suscetíveis a um utilitarismo crasso. (Illouz, 2011, p. 154-155)

Em um contexto neoliberal, essa racionalização dos afetos se manifesta também na presença de metáforas financeiras para a descrição e avaliação dos relacionamentos íntimos. Diante da aproximação entre amor e economia na contemporaneidade, Kessler sugere o conceito de “amor-consumo” para designar como, no mundo globalizado, “o amor se transformou em um negócio” (2013, p. 367). Essa lógica do negócio perpassa três eixos: a relação do sujeito consigo mesmo, ao buscar desenvolver competências afetivas e sexuais para otimizar suas chances de se destacar no mercado romântico; a comercialização de cursos e manuais no mercado digital, na medida em que o aconselhamento amoroso se torna um negócio altamente lucrativo; e a crescente busca por relacionamentos que forneçam vantagens materiais e/ou simbólicas.

Por fim, é interessante notar como, mesmo diante da explosão de discursos feministas que pregam a autonomia, a autoconfiança e a emancipação feminina, especialmente no interior das relações amorosas, persistem determinadas idealizações do modelo “tradicional” de relacionamento na cultura contemporânea. O sucesso de discursos como os proferidos por Diego Muda Vidas e por Ana d’Utra Vaz nas redes sociais revelam como estereótipos de gênero machistas continuam influenciando as dinâmicas heterossexuais na atualidade, ainda que em novas versões mais cínicas. O curioso é notar como isso ocorre dentro de um enquadramento moral de amor-próprio e autenticidade, no qual uma mulher segura de si passa a ser aquela que age de acordo com seus próprios interesses e faz exigências econômicas para o parceiro independente do que os outros vão pensar. Dessa forma, coexistem valores contemporâneos e tradicionais na definição de um relacionamento “ideal”, bem como nos conceitos de homem e mulher “de alto valor” apresentados nesses discursos.

Referências

- BAUMAN, Z. **Amor líquido: Sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.
- BEZERRA JR., B. A psiquiatria e a gestão tecnológica do bem-estar. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje: Reflexões sobre o imperativo da felicidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010, p. 117-134.
- BOGLE, K. **Hooking Up: Sex, dating and relationships on campus**. Nova Iorque: New York University Press, 2008.
- BRUNO, F. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. **Contemporânea**, Salvador, vol. 3, n. 2, p. 53-70, 2005.

- BRUNO, F.; BENTES, A.; FALTAY, P. Economia Psíquica dos Algoritmos e Laboratório de Plataforma: Mercado, Ciência e Modulação do Comportamento. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 26, n. 3, 2019, pp. 1-21.
- CASTELLANO, M. Cultura da autoajuda: o “surto do aconselhamento” e a bioascese na mídia. **E-compós**, Brasília, v.15, n.1, jan./abr. 2012, p. 1-13.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. **A nova razão do mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FOUCAULT, M. Poder-corpo. In: _____. **Microfísica do Poder**. Tradução e organização por Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979, p. 145-152.
- FREUD, S. **O mal-estar na civilização**. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2011.
- FRIEDAN, B. **A mística feminina**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1971. Publicado originalmente em 1963.
- FREIRE FILHO, J. “‘Autoestima é tudo’: anotações para um dicionário de ideias feitas sobre a felicidade”. In: RIBEIRO, A. P. G.; FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. (org.). **Entretenimento, felicidade e memória: forças moventes do contemporâneo**. Guararema: Anadarco, 2013, p. 35-63.
- FUREDÍ, F. **Therapy culture: Cultivating vulnerability in an uncertain age**. Nova Iorque: Routledge, 2004.
- GIDDENS, A. **A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.
- _____. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- HEWITT, J. P. **The Myth of Self-Esteem: finding happiness and solving problems in America**. Nova Iorque: St Martin’s Press, 1998.
- ILLOUZ, E. **O amor nos tempos do capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- _____. **Why love hurts: A sociological explanation**. Cambridge: Polity Press, 2012.
- JUSTO, J. S. O “ficar” na adolescência e paradigmas de relacionamento amoroso da contemporaneidade. **Revista do Departamento de Psicologia**, Niterói, v. 17, n. 1, jan./jun. 2005, p. 61-77.
- KAPLAN, D.; ILLOUZ, E. **What is sexual capital?** Cambridge: Polity, 2022.
- KESSLER, C. S. Novas formas de relacionamento: fim do amor romântico ou um novo amor-consumo?. **Sociedade e cultura**, v. 16, n. 2, 2013, p. 363-374.
- LOBO, J.; VAZ, R. **Como conseguir um homem rico: Dicas para encontrar amor e dinheiro**. São Paulo: Matrix, 2017.
- MOSKOWITZ, E. **In therapy we trust: America’s obsession with self-fulfillment**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2001.
- PELÚCIO, L. A uberização do amor – aplicativos de encontros em cenário tecnoliberal e pandêmico. **Revista Tomo**, n. 41, jul./dez. 2022, p. 199-232.
- SIBILIA, P. **O show do eu: A intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- _____. **Da hipocrisia aos cinismos: Transformações do “solo moral” nas democracias contemporâneas**. **Revista Eco-Pós**, v. 26, n. 1, 2023, p. 324-348.
- TAYLOR, C. **A secular age**. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 2007.
- _____. **A ética da autenticidade**. São Paulo: É Realizações, 2011.
- VAZ, P. Na distância do preconceituoso: narrativas de bullying por celebridades e a subjetividade contemporânea. **Galáxia** (online), São Paulo, n. 28, dez. 2014, p. 32-44.