



“Educação como prática de Liberdade”:
cartas da Amazônia para o mundo!

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ (UFPA)
SET-OUT 2021

ANPEd - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação

9946 - Resumo Expandido - Trabalho - 40ª Reunião Nacional da ANPEd (2021)

ISSN: 2447-2808

GT23 - Gênero, Sexualidade e Educação

VIDA A DOIS: Orientando mulheres para o relacionamento amoroso na rede social Adote um Cara

Juliana Ribeiro de Vargas - ULBRA - Universidade Luterana do Brasil

Nicoli Peroza Ramos - 28ª Coordenadoria Regional de Educação

VIDA A DOIS: Orientando mulheres para o relacionamento amoroso na rede social ***Adote um Cara***

Resumo: Na contemporaneidade, a tecnologia tem auxiliado a estabelecer laços amorosos via redes online. É possível encontrar diversos sites e plataformas que visam aproximar possíveis parceiros e, com a chegada da pandemia do coronavírus, tais redes tornaram-se ainda mais acessadas. Nesse sentido, o presente estudo tem como o objetivo analisar e problematizar as diferentes estratégias que visam direcionar mulheres na construção e/ou manutenção de um relacionamento amoroso de “sucesso”, dispostos pela rede social *Adote um Cara*. Para tanto, buscamos aporte teórico nos Estudos Culturais em Educação e nos Estudos de Gênero, em uma perspectiva pós-estruturalista, utilizando a análise cultural como ferramenta metodológica. Através da análise de determinada seção da rede (Espaço LAB) compreendemos que seus textos veiculados produzem um roteiro, “um guia” para que mulheres organizem, vivenciem seus relacionamentos amorosos. Desta forma, entendemos que a rede atua pedagogicamente, orientando de modo preponderante as mulheres sobre a constituição/manutenção de seus relacionamentos amorosos, os quais organizam-se (ainda) na seara do amor romântico.

Palavras-chave: Amor Romântico; Gênero; Pedagogias Culturais; Redes Sociais

Relacionamentos, sociedade de consumo e amor romântico

A busca por relacionamentos amorosos nas redes sociais expandiu com a chegada da pandemia do novo coronavírus. De acordo com uma reportagem da CNN Brasil^[1], o relatório publicado pelo grupo proprietário de alguns aplicativos de relacionamento aponta para o aumento na troca de mensagens e no acesso diário de usuários, desde o início do isolamento social no mundo inteiro.

Podemos pensar que, inseridos na sociedade de consumo (BAUMAN, 2007), as redes *online* atuam como uma vitrine, na qual as vidas e os sujeitos são expostos. Nesse sentido, as pessoas têm investido em si como “um produto” no qual a imagem é parte integrante, buscando tornar-se objetos/produtos mais vendáveis.

Apresentamos, decorrente de uma investigação maior, a análise da rede *Adote um*

Cara, uma rede social de relacionamento desenvolvida e lançada na França em 2007, que chegou no Brasil em 2013. Entendemos que a mesma se aproxima das dimensões do consumo, uma vez que, dentre tantas características, apresenta em seu *layout* os homens como produtos nas prateleiras e as mulheres, como clientes que transitam pela rede. Dito isso, o objetivo do estudo está em analisar e problematizar as diferentes estratégias que visam direcionar mulheres na construção e/ou manutenção de um relacionamento amoroso de “sucesso”, dispostos pela rede social de relacionamento *Adote um Cara*.

Para entender como as ideias de amor foram construídas, é preciso identificar as mesmas foram/são reverberadas na sociedade, assim como o papel dos sujeitos inseridos nesse contexto. Sobre as novelas, Cristiane Costa (2000, p. 97) afirma que:

Os homens geralmente aparecem como o sexo frágil: cegos, manipuláveis, passivos. [...] Tanto na novela brasileira quanto nas mexicanas, as mulheres assumem papel subordinados ao universo doméstico, enquanto o sexo másculo assume a liderança social. Os homens são apresentados como incapazes, presos em seu machismo ou narcisismo, dominados por suas mães, amantes ou esposas. [...] tudo gira em torno do amor deles, ou do valor que darão a cada uma das damas que os cercam.

De acordo com a autora, quando as mulheres não estão em relações amorosas recíprocas, elas são vistas como rejeitadas, desvalorizadas em relação ao homem e ao amor que sentem por ele. Isso porque as ideias de amor romântico ficam “claramente associadas a subordinação da mulher ao lar e ao seu relativo isolamento do mundo exterior” (GIDDENS, 1993, p. 54). Del Priore (2013, p. 100), ao falar sobre amor, destaca:

[...] as jovens aprendem por meio de maciça doutrinação – via cinema, novelas, músicas, jornais e anúncios publicitários – é que o amor é a chave que abre as portas do paraíso na terra. Faz parte desse pacote a ideia de que um dia as mulheres encontrarão um príncipe encantado com todas as qualidades da alma gêmea. Então viverão felizes para sempre, imunes a *icebergs* como os que afundaram o *Titanic*! Nada de sapo, que é preciso beijar para se transformar em príncipe, mas um prontinho: o príncipe *prêt-à-porter*.

Podemos pensar que a construção da ideia de amor romântico, desde cedo para as mulheres, está relacionada a uma possibilidade imposta por discursos diversos que reiteram o amor como um dos “modos de existência” para elas. Dessa forma, percebe-se a potência dos discursos sobre o amor como ideário que “promete” à mulher a “felicidade eterna”, de modo geral, ao lado de um homem pronto para o relacionamento e para compartilhar a vida a dois, possibilitando uma vida feliz e estável economicamente.

Sobre a construção do sentido de amor romântico ao casal heterossexual, Pereira (2010, p. 110) afirma que nos filmes infantis “se ensina não somente a amar romanticamente, mas os papéis que cada um/uma deve exercer nas relações amorosas”, evidenciando a ideia de gênero como norma da relação amorosa. Nessa perspectiva, assim como as ideias de amor romântico, “lidar com o conceito de gênero significa colocar-se contra a naturalização” (LOURO, 2011, p. 207), em outras palavras, é assumir ideias e conceitos que foram e são construídos ao longo do tempo, nas diferentes sociedades.

Caminhos teóricos - metodológicos

Os Estudos Culturais (HALL, 1997) e os Estudos de Gênero (LOURO, 2011) possibilitaram a constituição dessa pesquisa e a análise de vários elementos da cultura, a exemplo da dimensão do consumo. Assumindo as redes sociais de relacionamento como um artefato cultural, isto é, um espaço oportuno para aprendizagens sobre os modos de ser, estar e se relacionar com o outro na contemporaneidade, valemo-nos da análise cultural como

método de pesquisa. Segundo Coiro-Moraes (2016) tal metodologia, vinculada a estrutura de sentimentos, pode apontar para crenças, comportamentos, visões de mundo, estruturas e práticas sociais relacionadas as experiências de sujeitos em um determinado tempo/espaço.

Adote um Cara apresenta um espaço chamado “LAB”, similar a um *microblog* com conteúdo sobre relacionamento, autoestima, estilo de vida e, também, depoimentos sobre casais reais formados através da rede social. Em consulta a este espaço, foram selecionados dois textos (O pequeno teste do amor e Quando mostrar “cartão vermelho” para seu boy), produzidos e gerenciados pelas/os administradoras/es da rede social, relacionados a construção e manutenção de relacionamentos amorosos para análise neste trabalho. Dessa forma, compreendemos que os excertos aqui problematizados produzem um roteiro, “um guia” para que mulheres organizem, vivenciem seus relacionamentos amorosos.

Relação a dois: um guia para mulheres

No texto “O pequeno teste do amor”, a rede social apresenta um “teste” para verificar se o que você está vivendo juntamente com seu parceiro é o amor verdadeiro. Diferente da maioria dos textos do *Adote um Cara*, este apresenta a autoria de Anne Guitteny acredita-se que este fator possa viabilizar uma maior credibilidade ao texto.^[i] São sinalizados oito itens através dos quais é possível identificar se a leitora está vivendo “apenas um lance ou amor romântico” com o seu parceiro. O guia indica desde as “sensações físicas” até os “planos para o futuro”, como itens que orientam a intensidade e os níveis sentimentais envolvidos na relação do casal.

As “sensações físicas” remetem tanto a uma pessoa fruto do amor romântico, como também a da paixão passageira. Já quando o texto se refere as “borboletas na barriga” e os “suores pequenos” trazem a ideia de aventura, de momentos intensos, sensações “novas” e que podem ser repetidas em outras relações afetivas/sexuais. Tais itens estão relacionados ao “estágio 1”, ou seja, no estágio inicial da relação.

Os dois últimos itens, chamados de “alerta vermelho” e “alerta máximo de estágio” configuram-se como a experiência de relação amorosa romântica completa. Sendo a intensidade da relação medida por “níveis” que parecem separar as outras relações daquelas de “Amor com letra maiúscula”, neste caso, amor romântico.

O PEQUENO TESTE DO AMOR

[...] Compartilhar é se importar

Começamos a querer contar tudo a ele, compartilhar nosso prato de batata doce, a escova de dentes e a abrir espaço no guarda-roupa para ele deixar as cuecas em caso de necessidade. ALERTA VERMELHO.

Planos para o futuro

“E se fizermos uma viagem ao Canadá?”, “E se a gente alugar um apartamento?” Assim que você começa a pensar a médio ou a longo prazo, vê um futuro pela frente. [...] E isso é prova de que queremos construir uma história duradoura. ALERTA MÁXIMO DE ESTÁGIO. [...]

Anne Guitteny

Os itens “compartilhar é se importar” e “Plano para o futuro” trazem a ideia do sucesso do relacionamento a dois quando as vidas privadas e singulares se unem em um plano de vida comum. Isso porque, não há segredos na relação, pois você deseja “contar tudo a ele”, além da vontade de compartilhar desde o “prato de batata doce” até o “guarda-roupa”. A relação fica mais séria na elaboração de “planos para o futuro”, no qual o casal está de acordo em planejar e viver momentos a frente juntos. A privacidade não é mais mencionada, o outro faz parte da vida do parceiro e agora deve ser vivida e pensada em conjunto.

Cabe ressaltar que o “teste”, assim como as ideias de amor, são orientadas para as mulheres. Ao passo que o “outro” mencionado no texto sempre se refere ao masculino, evidenciando que o conteúdo foi escrito para mulheres. Nos últimos itens, é possível pensar até que ponto esse amor seria romântico ou platônico, pois sugere que as ações e pensamentos devem ter iniciativa delas e não citam a reciprocidade. No trecho “começamos a querer contar tudo a ele”, ressaltar a ação de confissão da mulher perante o homem, o que abre a possibilidade de pensarmos uma ideia de submissão feminina, uma vez que o item poderia estar escrito de modo que contemplasse o casal, mas optou por colocar apenas a mulher em foco.

Já o texto “Quando mostrar o ‘cartão vermelho’ para o seu boy?”, orienta as usuárias sobre as condutas dos seus parceiros a partir da verificação de atitudes e ações apresentadas por eles. Pela listagem de algumas “regras” sobre um relacionamento de “sucesso”, elas devem avaliar a continuidade ou não de suas relações amorosas.

QUANDO MOSTRAR O “CARTÃO VERMELHO” PARA O SEU BOY?

[...] Ele te ignora quando você está com amigos

Com licença! Quem ele pensa é para ignorar essa rainha? Se ele está com os amigos dele e muda, isso mostra que ele é uma pessoa ridícula te ignorando e tem algo errado. Talvez você deva mostrar o "cartão amarelo" para ver como ele se comportará em seguida, mas se ele mesmo assim continuar com essa atitude, é melhor não desperdiçar seu tempo com um tremendo covarde.

Nos itens citados, a orientação do texto se refere ao “cartão amarelo” indicando, como em uma partida de futebol ou o amarelo do semáforo de trânsito, a atenção quanto a atitude masculina. Dito isso, a ação de “ignorar” a mulher quando ela está “com amigos”, sugere a conduta incorreta do parceiro, por exemplo. O guia ainda sugere que após um “cartão amarelo”, a mulher deve observar se há mudança no comportamento do parceiro, em caso negativo é melhor “não desperdiçar seu tempo”, indica o *Adote um Cara*, trazendo a ideia de rompimento do casal, pois não se configura em uma relação amorosa de “sucesso”. Veja como a rede ensina as mulheres a regular os modos de ser e estar do parceiro a partir das orientações, mostrando o nível de tolerância e as possibilidades para mudança de atitude.

Considerações finais

A partir da lente teórica e dos caminhos metodológicos utilizados, cabe salientar que o estudo aqui apresentado mostra apenas um ponto de vista sobre a construção dos relacionamentos amorosos na contemporaneidade. A partir das concepções dos Estudos Culturais e Estudos de Gênero, o intuito foi problematizar e tensionar a construção e manutenção de relacionamentos amorosos pelo *Adote um Cara*.

Como artefato cultural, o *Adote um Cara* atua pedagogicamente orientando mulheres

para a construção e manutenção dos relacionamentos amorosos na contemporaneidade. Dentre as orientações, há sugestão para mulher avaliar a atual relação, a partir de um nível, com intuito de verificar se a união é embasada pelo amor romântico. Nessa perspectiva, a rede social opera através de “arranjos de poder discursivo ou simbólico” (HALL, 1997, p.41), nos quais “toda nossa conduta e todas as nossas ações são moldadas, influenciadas e, dessa forma, reguladas normativamente pelos significados culturais” (*Ibid.*) estabelecidos pelo *Adote um Cara*.

Apesar da rede social se apresentar com uma perspectiva feminista e de colocar a mulher no centro das escolhas, os materiais analisados no LAB pouco nos mostram isso. Há repetição de orientações e ideias de amor romântico voltado para o público feminino, no qual a mulher é responsável pelo sucesso e/ou fracasso da relação. Os achados nos mostram que rede indica os sentimentos e ações que guiam o relacionamento amoroso de “sucesso” dos casais heterossexuais.

REFERÊNCIAS

B AUMAN, Zigmund. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

COIRO-MORAES, Ana Luiza. A análise cultural: um método de procedimentos em pesquisas. **Revista de Epistemologias da Comunicação**, São Leopoldo, v. 4, p. 28-36, 2016. Disponível em: <http://revistas.unisinus.br/index.php/questoes/article/view/12490>. Acesso em 12.maio.2020.

COSTA, Cristiane. **Eu compro essa mulher**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

DEL PRIORE, Mary. **Histórias e Conversas de Mulher**. São Paulo: Planeta, 2013.

GIDDENS, Anthony. **A Transformação da Intimidade**: sexualidade, amor & erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação. & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez, 1997.

ILLOUZ, Eva. **O consumo da utopia romântica**. Madri: Katz Editores, 2009.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: Uma perspectiva pós-estruturalista. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011

PEREIRA, Mariângela Rosa. **Cinema e Educação**: a criança como sujeito do amor romântico. Canoas, 2010.

[i] Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/05/13/durante-isolamento-apps-como-tinder-e-happn-registram-aumento-nas-interacoes>. Acesso em: 03. junho.2021.

[ii] Ao realizar uma pesquisa no Google com o nome da autora não conseguimos identificar ao certo quem seria a escritora do *Adote um Cara*.