

AMORES ENTRE JOVENS NA INTERNET: ENCONTROS E DESENCONTROS EM BUSCA DO PAR PERFEITO

IFCH – UNICAMP
Conselho Nacional de Desenvolvimento
Científico e Tecnológico (CNPq)

Débora Valente Cintra Forquesato
Orientação: Profa. Dra. Iara Beleli

Palavras-Chave: Amor – Gênero – Corporalidade – Internet - Sites de relacionamento

Introdução

Este estudo analisa a busca de parcerias afetivas/amorosas/sexuais no site de relacionamento *Par Perfeito* (www.parperfeito.com.br), perguntando como gênero, em intersecção com outros marcadores de diferença, opera na escolha de parceiros/as nesse novo espaço de sociabilidade.



Imagem de divulgação do site.

Metodologia

Análise de perfis de usuários/as entre 18 e 39 anos, das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Campinas, buscando perceber quais características são mais ou menos valorizadas na escolha do/da parceiro/a.

Criei um perfil no site e recebi mensagens de mais de 400 usuários/as. Estas mensagens me permitiram realizar interações online (MSN) e offline (entrevistas).

Resultados e Discussão

A necessidade de “formar pares” se populariza através de sites específicos. Assim, a Internet se constitui como um lugar de encontros: complexo, heterogêneo e multifacetado, onde emergem novas sociabilidades e se estabelecem construções de espaços simbólicos. Esse novo espaço permite refletir sobre posições ocupadas por



Imagem de divulgação do site.

homens e mulheres que incidem em padrões de feminilidade e de masculinidade.



Imagem de divulgação do site.

Conclusões

A análise dos perfis aponta para atributos percebidos como “próprios” de um tipo de feminilidade valorizada por usuários e usuárias que buscam mulheres carinhosas, meigas e vaidosas; de maneira distinta, os homens constroem perfis que acentuam os objetivos profissionais e a prática esportiva, atributos valorizados pelas mulheres ao expressarem os tipos de sua busca.

Referências bibliográficas:

- BELELI, Iara. Amores online. In: PELÚCIO, Larissa; SOUZA, Luís Antonio F.;MAGALHÃES, Bóris R. & SABATINE, Thiago. *Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia*. São Paulo, Editora Cultura Acadêmica/CAPES, 2012 (no prelo).
- _____. *Marcas da Diferença da Propaganda Brasileira*. Tese de doutorado em Ciências Sociais, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas-IFCH/Universidade Estadual de Campinas-Unicamp.
- COSTA, Sérgio. Amores Fáceis: romantismo e consumo na modernidade tardia. *Novos Estudos*, CEBRAP, n°73, novembro 2005.
- ILLOUZ, Eva. *O Amor nos Tempos do Capitalismo*. Rio de Janeiro, Zahar, 2011.