

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS
MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

LECI MARIA SORIANO BOBSIN CORRÊA

**É NAMORO OU AMIZADE? ESTUDO ETNOGRÁFICO
SOBRE SITES DE NAMORO NA INTERNET**

Porto Alegre

2010

LECI MARIA SORIANO BOBSIN CORRÊA

**É NAMORO OU AMIZADE? ESTUDO ETNOGRÁFICO
SOBRE SITES DE NAMORO NA INTERNET**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Dr. Airton Luiz Jungblut

Porto Alegre

2010

LECI MARIA SORIANO BOBSIN CORRÊA

**É NAMORO OU AMIZADE? ESTUDO ETNOGRÁFICO
SOBRE SITES DE NAMORO NA INTERNET**

Dissertação apresentada como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovada em pela Banca Examinadora.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Airton Luiz Jungblut - PUCRS

Prof. Dr. Fernanda Bittencourt Ribeiro - PUCRS

Prof. Dr. Patrice Schuch - UNB

Dedico esta dissertação aos meus pais (*in memoriam*), por tudo o que significam na minha vida e por tudo que me ensinaram.

Em especial, à minha querida mãe, que com carinho, acompanhou e muito me incentivou desde o início de todo este processo, sempre acreditando que eu poderia vencer mais esta etapa em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, primeiramente, pela oportunidade de poder concluir este Curso de Mestrado.

Ao meu marido Newton, pelo amor, dedicação e incentivo aos estudos, sempre me auxiliando em todos os momentos que precisei.

A minha família, que mesmo indiretamente, colaboraram para que eu viesse a concluir este Curso de Mestrado.

Ao professor Airton Luiz Jungblut, pela orientação e incentivo para que esta dissertação fosse levada a efeito.

Ao programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e à PUCRS, em especial aos professores Ricardo Mariano e Lúcia Müller que me auxiliaram a definir meu projeto, quando este era apenas uma simples e vaga ideia.

A todos aqueles que, de uma forma ou de outra, participaram direta ou indiretamente da conclusão de mais um passo em minha vida.

*“Dentro de nós há uma coisa que não tem
nome, essa coisa é o que somos”.*

José Saramago

RESUMO

As diversas opções disponibilizadas hoje na Internet para interações sociais, como sites de relacionamento e namoro, têm sido, nos últimos anos, fruto de uma nova e efervescente teia de relações sociais da chamada pós-modernidade. Com o advento da Internet e das novas tecnologias, um atraente e fascinante modelo identitário nasce por meio da virtualidade e das diversas simbologias mediadas pelo computador, como experimento de infinitas subjetividades do ser humano. Os sites de namoro surgidos com o advento da Internet forneceram ao ser humano uma oportunidade ímpar de vivenciar novas oportunidades de relacionamento, bem como possibilitaram manifestações de identidade, exteriorizando, pelo virtual, desejos, comportamentos, atitudes, vontades e ambições. Por meio dessa nova teia de interações sociais procurou-se mostrar, por um estudo etnográfico aqui realizado, como as mulheres disponibilizam seus perfis no momento de inserção em um novo espaço virtualizado, seja pela exposição de fotos ou por palavras e expressões digitalizadas, como forma de expressar seus anseios e desejos. Neste sentido busca-se identificar quais sinais, simbologias e formas subjetivas estão por trás das atitudes potencializadas por este novo e contemporâneo mecanismo computadorizado.

Palavras Chave: Internet. Virtual. Namoro. Mulheres. Identidade. Gênero.

ABSTRACT

The several options made available nowadays in the Internet for social interactions, such as relationship and dating sites, has become in the last years a new and dazzling network of social relations of the so called post-modernity. With the coming of the Internet and the new technologies, an attractive and fascinating model of identity appears by means of the virtuality, and the several symbologies enabled by the computer, as an experiment of infinitive subjectivities of the human being. The dating sites that have come out with the Internet have supplied humans a unique opportunity of living new opportunities of relationship, and have also enabled manifestations of identity, showing behaviors, desires, attitudes, wills, and ambitions, all by virtual means. Through such new network of social interactions, one has tried to show, by means of the present ethnographic survey, how women make their profiles accessible by inserting themselves in a new virtualized space, by exposing digitalized photos, or words and expressions, as a way of expressing their wants and wishes. In such sense, one tries to identify which signs, symbologies and subjective forms are behind the attitudes potentialized by this new and contemporary computerized mechanism.

Keywords: Internet. Virtual. Dating. Women. Identity. Gender.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Dados estatísticos quanto ao uso da internet nos diversos continentes	49
Figura 2 - Acesso 1	52
Figura 3 - Acesso 2 - Almas Gêmeas	53
Figura 4 - Acesso 3 - Portal Terra	54
Figura 5 - Par Perfeito	57
Figura 6 - Avaliação de Personalidade	58
Figura 7 - Percentual de adultos sozinhos	114

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 QUESTÕES DE GÊNERO E O CORPO DA MULHER.....	22
2.1 O CORPO EM ETERNA MUTAÇÃO E COMO OBJETO DE CONSTRUÇÃO SOCIAL.....	32
3 UM MERGULHO NO CIBERESPAÇO	39
4 DETALHAMENTO DA PLATAFORMA MATCH.COM.....	51
5 FORMAS DE IDENTIFICAÇÃO DO GÊNERO FEMININO NA PLATAFORMA	66
5.1 IDENTIFICAÇÃO POR MEIO DAS FOTOS.....	67
5.2 IDENTIFICAÇÃO POR MEIO DOS <i>NICKS</i>	73
5.3 IDENTIFICAÇÃO POR MEIO DAS PALAVRAS E FRASES	82
5.4 IDENTIFICAÇÃO POR MEIO DA OPÇÃO DO SITE “ <i>MAIS SOBRE MIM</i> ”	93
5.5 UMA RÁPIDA ANÁLISE SOBRE OS RELACIONAMENTOS	110
5.6 AUTORREPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NA INTERNET A PARTIR DAS CONCEPÇÕES DE GOFFMAN	117
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	130
REFERÊNCIAS	135

1 INTRODUÇÃO

A busca por interações sociais visando ao namoro, casamento, etc., sempre soube se beneficiar de estratégias que minimizassem os efeitos da distância. No passado, era comum os namoros e os casamentos serem arranjados e efetivados por meio de cartas e/ou correspondências. Com o advento da Internet, não apenas a troca de dados e informações teve grande desenvolvimento, mas também os relacionamentos interpessoais.

Anteriores a 1980, algumas estruturas de redes auxiliaram no processo de transmissão eletrônica de dados, tanto no Brasil como nos Estados Unidos, criadas a partir do esforço coletivo de Universidades, Órgãos do Governo e agências de fomento. Dentre elas citam-se: Transdata, Renpac, Fermilab, Hepnet, Decnet, Usenet e, por fim, em 1988, iniciando um novo processo de sociabilidade no Brasil, a Internet, dando início à rede de comunicações mais conhecida, potencializando e diversificando os serviços de redes já existentes.

Com todo o crescimento de novas tecnologias, a Internet foi se tornando um importante e significativo meio de comunicação, consumo, realização de negócios, estudos, pesquisas e também ferramentas para interações sociais. Desde sua propagação, uma nova era vem se consolidando: a era da tecnologia da informação digital e da comunicação virtual. A partir desse contexto, a digitalização usa novos espaços e velocidades, problematizando e inovando o mundo, ampliando as potencialidades de integração humana, criando, modos de pensar, aprender, pesquisar, consumir e interagir, sendo esses novos formatos também utilizados para relacionamentos entre adolescentes, jovens, adultos e até idosos, do gênero masculino e feminino.

Outrora, era comum ouvir que esses relacionamentos, chamados de “virtuais”, não eram verdadeiros, sendo censurados por alguns, pelo fato de possuírem características diferentes das relações face a face, praticados de forma restrita, não ocorrendo, num primeiro momento, um contato pessoal - e sim virtual - podendo cada indivíduo assumir diferentes papéis sem se comprometer com nenhum.

Atualmente, as interações mediadas por esta nova rede de comunicação geram mais visões positivas do que negativas, capitaneadas pela força de um equipamento: o computador, conforme mencionado pelos autores. “As reações diante do diálogo homem/máquina e toda a parafernália conceitual das novas tecnologias ligadas à realidade virtual frequentam a mídia e os meios acadêmicos, despertando os mais variados humores” (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 84). Vários autores refletem sobre o homem e a máquina, atrelados a uma infinidade de novas

tecnologias, presentes nos diversos campos da vida social, incentivando múltiplas interpretações.

Estas novas formas de relacionamentos foram e estão sendo, cada vez mais, disseminadas por meio da *web*, podendo, cada indivíduo, estabelecer seus contatos, no anonimato, assumindo ou não responsabilidades pelos seus atos, num novo ambiente, “mais seguro”, falando de suas ambições, desejos, emoções, angústias, ansiedades, alegrias e tristezas, sem serem identificadas num primeiro momento. A maior parte desses serviços é gratuita e permite que qualquer pessoa, conectada à rede mundial de computadores, tenha livre acesso.

A história da Internet remonta a pesquisas militares, nos áureos períodos da guerra fria na década de 1960, quando as superpotências União Soviética e Estados Unidos, numa disputa acirrada e com políticas e ideologias opostas, exerciam grande influência no mundo das comunicações. Nesta época, os Estados Unidos idealizavam um modelo de troca de informações permitindo a descentralização das mesmas, com o intuito de sigilo no caso de um ataque russo às bases militares, podendo trazer a público dados importantes que não deveriam ser revelados à extinta União Soviética (URSS). Este modelo foi chamado de ARPANET - *Advanced Research Projects Agency Network*, estrutura de comunicação elaborada para fins específicos militares, criado pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América, sendo a primeira rede operacional de computadores e o precursor da Internet. Esta estrutura começou a ser utilizada também para fins científicos, sendo difícil separar a pesquisa militar da científica, pois tinham também acesso, cientistas de todas as Áreas, acarretando uma divisão, em 1983, entre a MILNET - voltada para fins militares e a ARPANET - dedicada a objetivos científicos. Por temerem um ataque por parte dos seus opositores (URSS), os americanos objetivaram essa rede de comunicações, para o caso de haver algum ataque soviético ao Pentágono. O ataque nunca ocorreu, mas os Estados Unidos não imaginavam que, a partir dessa rede operacional, um novo fenômeno estaria se iniciando, com a emergência de um meio de comunicação jamais visto no mundo todo e que somente em 04 anos estaria atingindo mais de 50 milhões de pessoas conectadas a uma rede mundial e virtual de computadores.

A popularização da Internet, na década de 1990, e o interesse mundial, aliado ao interesse comercial, pelos quatro cantos do mundo, proporcionou a explosão dessa nova rede de comunicações que atingiu, segundo a *Internet World Statistics*, em junho de 2007, 1 bilhão e 234 milhões de usuários registrados, navegando e interagindo via *web*.

As mudanças e transformações na sociedade, no que se refere às interações sociais são debatidas por diversos autores, que abordam em suas obras, o namoro e as modificações que vêm ocorrendo nas suas regras, como Azevedo (1986), ao discorrer sobre as questões relacionadas a namoro, noivado e casamento, referindo-se às mudanças nos relacionamentos que alteraram seus perfis, em uma época em que ainda era mantida “uma certa” estrutura quanto aos relacionamentos amorosos.

A Instituição casamento, durante muitos anos foi formatada nos moldes tradicionais de namoro, noivado e casamento, sendo, com o decorrer dos anos, substituída por outras modalidades e laços afetivos, como enfatizado por Schuch (1998), referindo-se ao “ficar”, como sendo um relacionamento momentâneo, passageiro, “no qual não existe necessariamente um conhecimento anterior do parceiro e que envolve beijos, abraços, carícias e/ou uma relação sexual” (SCHUCH, 1998, p. 48-49).

Com referência às mulheres, Azevedo (1986) destaca que a idade parece ter sido sempre um enigma enfrentado por elas e o fato de elas “não casarem” sendo considerado como um insucesso, conforme mencionado.

As mulheres, no passado como no presente - diz uma socióloga -, são persuadidas de que não casar é um insucesso. Daí a distinção, na língua inglesa, entre *spinster* - a rejeitada para o casamento, a nossa solteirona - e *bachelor girl* - a solteira, que ainda não foi escolhida, mas é casável, *marriageable*. As primeiras seriam conhecidas como formais, deselegantes e retraídas (SCHURMER, 1972 apud AZEVEDO, 1986, p. 51).

Este mesmo autor ainda cita que “É ambígua e por vezes ingrata, em muitas culturas, a posição da solteirona e da mulher de meia-idade, ainda que casada”. Em contrapartida, as relações afetivas contemporâneas não estão mais ancoradas em tradicionalismos indissolúveis. O casamento não é mais a única - menos ainda a indissolúvel - forma de institucionalizar relacionamentos. Atualmente, há diversos modelos de união que outrora não existiam.

Bauman (2004) exemplifica essas questões, mencionando que a sociedade faz parte de um líquido mundo moderno, tendo os relacionamentos, a facilidade de iniciarem e terminarem com maior rapidez que antigamente, enfatizando que nas relações afetivas “Sempre se pode apertar a tecla de deletar” (BAUMAN, 2004, p. 13), referindo-se ao namoro pela Internet, transmitindo a ideia de que ‘é fácil entrar e sair dos ‘relacionamentos virtuais’” (BAUMAN, 2004, p. 12-13).

Desde o final do Séc. XIX, as mulheres vêm sendo inseridas no mercado de trabalho, fazendo parte em todos os campos públicos - econômico, cultural, científico, etc. Com a crescente inserção feminina em diversos círculos que antes não lhes eram permitidos, a mulher passa a ter voz ativa em todas as esferas da sociedade, determinando e realizando suas vontades.

Com o objetivo de tentar entender como as mulheres articulam seus desejos ao se identificarem, hoje, na Internet, quando da busca por novos parceiros, com a presente pesquisa, por meio da observação etnográfica, procurou-se obter, como finalidade, analisar e constatar as novas possibilidades de identidade assumidas pelas mulheres no espaço virtual, reconhecendo a forma como elas se apresentam ao inserir seus perfis.

Ao estudar e pesquisar o que está por trás da expressividade de cada uma das mulheres pesquisadas, constatou-se que tal fato obteve um duplo sentido: o primeiro, de conseguir revelar a existência de um novo e dinâmico universo interativo, até então desconhecido e, em um segundo momento, observar a riqueza de detalhes com os quais as mulheres articulam seus objetivos, na busca de parceiros amorosos, em um ambiente virtual.

A identidade feminina no Brasil sofreu os efeitos de uma série de processos que envolveram a discriminação das mulheres, época em que lhes foram negadas todas as capacidades socialmente valorizadas e que garantiam a primazia da vida pública aos homens, como perspicácia intelectual, interesses profissionais e políticos, que eram vistos como traços masculinos, afastando-as das esferas de poder e influência social. Porém, com a crescente liberalização das mulheres e dos movimentos feministas aflorando na sociedade brasileira, elas foram, também, tornando-se mais ativas nas diversas esferas sociais, na construção de novos espaços, sendo possuidoras, também, dos avanços tecnológicos.

A partir desse novo contexto, com a Internet fazendo parte de um crescente movimento social e com as mulheres desfrutando cada vez mais o espaço público, um novo formato na sociedade brasileira surge, como um diferencial sócio-cultural, conforme mencionado por Castells (2003), referindo que as novas formas de relacionamento via *web*, são, acima de tudo, uma criação cultural, remontando à ideia de que o século XXI é caracterizado por um redesenho da sociedade, que está em constante transformação, tal qual Levy (1996) quando se refere à virtualização como utilizando novos ambientes e formatos na sociedade. Essa “nova criação cultural” tem sido desfrutada, de forma mais enfática, nos últimos anos, também pelo universo feminino, como uma mudança construtiva na sociedade brasileira, pois à medida que elas são inseridas no espaço público, até então de predominância

masculina, bem como no universo virtual, mais as relações sociais, ali experimentadas, alteram seu perfil.

O papel da mulher hoje difere muito do de anos atrás. Diferentemente dos tempos antigos, hoje elas também apresentam um perfil caracterizado por decisões e poder e isso se deve a seus esforços.

Após alguns anos de conquista, elas têm se destacado no mercado de trabalho, na política e em diversas Áreas da sociedade, alterando modelos de comportamento e atitudes, até então inexistentes. Hoje, não se pode mais referir às mulheres como sendo aquelas “donas de casa”, “mãe de filhos” e destinadas ao espaço privado, subordinando-se aos seus maridos, acatando suas vontades.

Está-se diante de um novo contexto, com um número enorme de possibilidades em termos de conteúdos e serviços, o que permite padrões de acesso específicos, tanto para homens como para mulheres, jovens, idosos e demais grupos sócio-demográficos e à medida que o perfil do usuário típico vai se aproximando mais da distribuição da população como dos serviços e interações pela Internet, mais se alteram os modelos da sociedade.

Com as mudanças e transformações decorrentes das novas conquistas, atingindo diretamente as relações sociais, tem-se um debate entre espaço público e privado, masculino e feminino, homens e mulheres, fazendo parte de um novo contexto sócio-cultural e nessa teia de relacionamentos, a compreensão é de que esses novos caminhos possam redefinir a pós-modernidade.

Com o aumento do número de pessoas conectadas a essas novas redes interativas, a viabilidade de melhor se compreenderem as mudanças ocorridas nesse novo contexto social, torna-se relevante e oportuno, a fim de poderem ser avaliadas as suas possíveis repercussões e as transformações, na forma como os indivíduos se identificam na Internet.

Com o aumento da popularização da Internet e dos novos meios de interação social sendo disseminados no seio da sociedade brasileira, por meio da *web*, com a presente pesquisa procurou-se desenvolver um estudo etnográfico, tendo, como referência, mulheres na faixa etária entre 40 e 50 anos que inserem seus perfis na *web* à procura de um relacionamento afetivo amoroso.

Estudar a forma como as mulheres, em determinada faixa etária, buscam novas formas de relacionamento é desafiador e ao mesmo tempo conflitante, dada a enormidade de subjetividades e individualidades próprias do ser humano.

O grande desafio tornou-se transformar a dúvida inicial de um ambiente virtual, na constatação real, considerando-se a pesquisa etnográfica, um novo conhecimento, até então um enigma.

Inicialmente, houve certa dificuldade em pesquisar e analisar sites de relacionamentos na Internet, pelo fato de se ter vivido, na juventude, em uma época em que não faziam parte do contexto social, os chamados “ambientes virtuais”. Porém, como se pertence ao universo de pessoas na faixa etária entre 40 e 50 anos e do sexo feminino, tornou-se extremamente interessante e atraente o estudo, no decorrer da pesquisa.

Outro desafio inicial foi o de descobrir as muitas alternativas que a Internet disponibiliza para todo aquele que se propõe a interagir no ciberespaço, tendo-se que conhecer e avaliar cada caso específico, acessando cada uma das opções de sites de namoro, com seus *links* e páginas características, até decidir qual seria utilizado para o estudo.

Conforme referido anteriormente, apresentar uma visão positiva dos relacionamentos virtualizados, já debatida por alguns autores, tornou-se, no início, uma tarefa árdua, pelo fato de se ter vivenciado, na adolescência, no final dos anos 70 e início dos 80, a época em que o (a) jovem adolescente conhecia seus pretendentes nas reuniões dançantes, boates, discotecas e bailes, estando fortemente instituídos, ainda na sociedade brasileira, os formatos de relacionamento pelo contato face a face, sendo fato verídico a Instituição do namoro, noivado e casamento, mesmo a partir de toda a história da “revolução sexual”, após a década de 60, porém permanecendo uma sociedade com padrões morais, tradicionais e rígidos. Nessa época, não existiam os relacionamentos virtuais e os namoros pela Internet, hoje tão difundidos, nem sequer eram cogitados, sendo a única forma de afetividade, um relacionamento “olho no olho”, que se considera mais “saudável” do que os virtuais de hoje, pelo fato de ser um contato concreto e palpável.

Após um mergulho nas diversas opções disponibilizadas na Internet, para novas interações sociais, percebe-se que, por meio de uma investigação etnográfica no ciberespaço, o receio inicial de um estudo mais aprofundado na *web* torna-se aceitável e admirado, a partir do momento em que é entendido o objetivo dos indivíduos que se cadastram nesses sites, que é a busca por um relacionamento, seja ele duradouro ou casual, bem como a constatação de questões individuais das pessoas, como, afetividade e insegurança. A análise da forma como as pessoas se identificam na busca de seus parceiros amorosos, na Internet, proporcionou um entendimento e a oportunidade de conhecer a mais nova interação social da sociedade moderna, por meio da observação etnográfica, em um ambiente digitalizado.

Quando não existia a Internet e os relacionamentos não eram disseminados pela *web*, a tradição e as regras para relações sociais mantinham certos padrões de comportamento. Com o decorrer dos anos, num conflito entre a modernidade e os padrões dominantes da ocasião, novos meios de se relacionar afetivamente foram sendo inseridos na sociedade. Em continuidade ao namoro, surgiu a “paquera” e o “ficar”. O casamento, que antes era precedido primeiramente pelo namoro e depois pelo noivado, passa por uma transformação em que o “morar junto” torna-se uma forma de “experimento”, antes do casamento, coisas que há algumas décadas, não eram bem vistas pela moralidade tradicional. Quanto ao “ficar”, conforme mencionado anteriormente, este é um relacionamento entre pessoas que não implica permanência ou comprometimento com o parceiro, Schuch (1998). Essa “nova Instituição afetiva” se dá entre duas pessoas, que inicialmente não se conhecem, sendo uma forma de interação amorosa praticada entre adolescentes e jovens contemporâneos, iniciada nas décadas de 80 e 90, por meio de beijos, abraços e carícias, sem necessariamente estabelecerem uma relação duradoura - fixada em padrões tradicionais, podendo os dois nunca mais se ver. O desenvolvimento de um relacionamento mais prolongado não é nem previsto, quando os dois “ficam”, podendo isto acontecer naturalmente, se for a vontade deles (SCHUCH, 1998).

Quanto às mulheres, antigamente existiam, e ainda existem nos dias de hoje, aquelas que são chamadas de “fáceis” ou rotuladas como “galinhas”, que “transavam” facilmente, sendo diferente a concepção dada para os homens, que ao invés de serem “taxados” dessa forma, eram considerados portadores de uma socialmente valorizada virilidade masculina.

Em épocas anteriores a condição legal das mulheres era bastante limitada a partir do Código Penal Brasileiro, que tutelava as casadas aos desejos e decisões do marido, também não podendo ocupar o espaço público e nem viajar, sem o consentimento do líder ou chefe da casa. Ainda quanto à questão feminina, houve toda uma transformação de ideias e concepções, a partir do surgimento da pílula anticoncepcional, em 1949, com a prática sexual ganhando novos contornos e possibilidades para elas. A ânsia por liberdade e igualdade de direitos, na época, fez com que as mulheres se fossem tornando independentes em suas atitudes e ações, sem mais precisar estar sujeitas a seus maridos, pois o uso de contraceptivos mais seguros, possibilitou a elas um processo de separação entre sexo e reprodução, podendo planejar quando e quantos filhos queriam ter e viver sua sexualidade sem associá-la à gravidez. Esse novo método interferiu nas relações sociais entre homens e mulheres, uma vez que podia ser usado sem o conhecimento do marido, dos pais ou de quem quer que fosse.

Nos dias atuais, além de toda a liberdade conquistada pelas mulheres nos diversos espaços da vida pública, fruto de todo um processo de construção social pela difusão do

pensamento e dos movimentos feministas, bem como nas relações afetivas e sexuais, é inevitável a aceitação de tais mudanças ocorridas na sociedade, inclusive no que diz respeito aos relacionamentos largamente difundidos no mundo dos internautas.

Atualmente, as possibilidades de interações sociais disponibilizadas pela *web* podem ser vistas como uma nova e efervescente manifestação na sociedade brasileira, criando um ativo e dinâmico contato por meio das diversas subjetividades exteriorizadas por simbologias sociais, tendo como instrumento, o computador. Hoje, o descomprometimento formal com o parceiro afetivo é quase a regra dada aos relacionamentos, sendo os significados sociais, por meio da digitalização, atribuídos aos mais novos formatos afetivo amorosos.

Esses novos relacionamentos acontecem em um contexto cultural e social, em que ocorre o aumento da participação da mulher no espaço público, a diminuição constante de certos valores tradicionais e morais ora estabelecidos e formatados pela sociedade, a “revolução sexual”, aos crescentes movimentos homo-eróticos e a emergência de novos estilos de vida alternativos.

A partir de todo esse contexto sócio-cultural e aceitando-se realizar uma investigação etnográfica no ambiente virtual, procurou-se, neste estudo, com a ajuda de autores especializados, inventariar os significados existentes por trás de uma representação virtual das mulheres, nas dimensões antropológica, social e psicológica.

A vida cotidiana inclui um processo de representatividades e expressividades, levando em conta as expressões que os indivíduos transmitem e as que eles emitem (GOFFMAN, 2007), sendo a comunicação, um permanente processo de inúmeras atitudes e comportamentos, por meio do olhar, da palavra, do gesto, das expressões, dos comportamentos, etc. Essas expressividades podem se dar, tanto no ambiente presencial, como no virtual, sendo a digitalização das palavras, a forma como os indivíduos se expõem perante os outros. Dessa forma, o comportamento humano é visto como uma ação por meio de simbologias que reside na técnica da observação virtual, permitindo a interpretação etnográfica.

Da Matta (1978) enfatiza que uma pesquisa etnográfica implica uma série de alterações por parte do pesquisador, que, após a realização de seu trabalho, descobre rumos diferentes, podendo possibilitar interpretações imprevistas. É nesse momento que a pesquisa pode favorecer o estranhamento da pesquisadora em relação a valores tradicionais com a qual não estava habituada, acrescentando experiências até então não vividas.

A partir desse contexto, o presente trabalho procurou, por meio da observação, entender quais os sinais significativos que podem estar por trás das autorrepresentações das

mulheres, na busca por um relacionamento afetivo no ciberespaço, utilizando mulheres na faixa etária entre 40 e 50 anos. Para isso foi utilizada a plataforma de namoros *match.com*, como o local onde ocorre a busca dessas mulheres pelos seus futuros parceiros e que, nesse ambiente, expressam valores e referências estéticas.

Sendo assim, foi utilizado, como referência para a pesquisa, o site de namoros *match.com* também denominado de “Almas Gêmeas”, acesso pela Internet, pelos *links*: <http://chat.terra.com.br/>, <http://www.match.terra.com.br/> ou ainda pelo portal Terra - <http://www.terra.com.br/portal/>.

Procurou-se, no decorrer deste estudo, entender como a sociedade brasileira vive hoje as questões relacionadas às mulheres, no que se refere ao que elas estão dizendo, não só de si mesmas, quando inserem seus perfis em sites de relacionamentos, mas também quais indícios estão relacionados à cultura da sociedade brasileira moderna, a partir de um material que está disponível na Internet.

Foi utilizada, para desenvolvimento do presente estudo, a pesquisa qualitativa, como sendo a melhor forma de confiabilidade dos dados apresentados, com a utilização do método etnográfico de observação, por meio do ambiente virtual, mais precisamente do site de namoros *match.com*.

Hine (2005) enfatiza que o universo *online* é definido como um universo cultural podendo a etnografia ser aplicada a ele. A partir do momento em que a pesquisa etnográfica é um método para entender a cultura e que esta pode ser desenvolvida em um ambiente virtual, pode-se ter a segurança de que os contextos culturais ali estão manifestos. De acordo com a autora,

[...] una etnografía de internet puede observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología. En su forma básica, la etnografía consiste en que un investigador se sumerja en el mundo que estudia por un tiempo determinado y tome en cuenta las relaciones, actividades y significaciones que se forjan entre quienes participan en los procesos sociales de esse mundo [...] El etnógrafo habita en una suerte de mundo intermediário, siendo simultáneamente un extraño y un nativo. Ha de acercarse suficientemente a la cultura que estudia como para entender como funciona, sin dejar de mantener la distancia necesaria para dar cuenta de ella (HINE, 2004, p. 13).

Conforme Braga (2006), o método etnográfico pode servir também para estudos na *web*, sendo a Internet a mais nova propulsora das construções identitárias e do estudo das interações sociais, apresentados por fenômenos emergentes, que demandam formas apropriadas para interpretá-los. A interação mediada por computador, por ser um fenômeno

recente, parte de táticas não herdadas, porém, adquiridas por regras já estabelecidas e próprias de outros contextos relacionais, apresentando uma nova situação, em um ambiente virtual, como *nicks*, *emotions*, ou frases digitalizadas e apropriadas para o espaço virtual.

A partir desse contexto, no universo de pesquisa do presente estudo procurou-se utilizar mulheres entre 40 e 50 anos, algumas com filhos, morando na Grande Porto Alegre, estabilizadas financeiramente e com profissões e atividades variadas. A identidade real dessas pessoas foi preservada para que não fossem prejudicadas.

Deste universo de mulheres pesquisadas, foi ainda selecionado um número menor, residentes no Estado do Rio Grande do Sul, numa distância de 50 quilômetros da cidade de Porto Alegre, isto é, abrangendo a Grande Porto Alegre, ou Região Metropolitana. Não houve intenção de, neste estudo, criar-se um perfil ou inferir características locais ao estilo dessas mulheres e comparar com outras, mesmo alguns detalhes sendo percebidos como característicos do Sul. Apenas criou-se este perfil, que não será totalmente explorado aqui, com a intenção de que, em possíveis e futuros trabalhos, e se for necessário este recorte - sobre aspectos regionais - possa ser aproveitado para análise comparativa, sendo útil em futuras pesquisas.

A coleta de dados foi realizada num período de sete meses, de janeiro a julho do corrente ano, sendo observada a forma como as mulheres se utilizam de seus perfis para expressarem suas vontades, quando da procura pelo seu parceiro afetivo amoroso.

Um dos procedimentos utilizado para a obtenção dos dados pesquisados foi por meio das frases e textos inseridos por elas no site, em campo específico, denominado “*mais sobre mim*”, onde elas dissertam sobre suas características pessoais, bem como sua expectativa pelos seus futuros pretendentes.

Com a presente pesquisa observaram-se, também, as fotos, frases e os depoimentos que estas mulheres colocam em seus perfis no site e, a partir desses elementos, procurou-se tratar como indícios de algo que é extremamente interessante observar, procurando, desta forma, trabalhar com os enigmas dessas mulheres e com seus sentimentos e desejos, ao inserirem dados em um site de relacionamentos. É importante salientar que, dado o curto espaço de tempo para o desenvolvimento desta pesquisa, não foi possível um contato com as informantes, mesmo sabendo que há limitações quanto às análises, neste caso. Porém, acredita-se que as observações por meio das fotos, frases e *nicks*, disponibilizados por elas no ambiente virtual, permitiram *insites* importantes, não resultando em prejuízo no desenvolvimento deste trabalho.

Com os objetivos geral e específicos deste estudo, procura-se entender como as mulheres da atualidade estão se utilizando de estratégias para buscar novos relacionamentos pela Internet. Desta forma, com o objetivo geral procurou-se “Observar como as mulheres articulam suas vontades e desejos no momento de inserção de seus dados no site de namoros *match.com*, por meio de expressividades e sinais”.

Quanto aos objetivos específicos, buscou-se “Observar como as mulheres se identificam pelas suas fotos disponibilizadas em seus perfis, procurando entender as diversas autorrepresentatividades subjetivas de cada foto”; “Analisar os discursos expostos por elas no site por meio de seus *nicks*, frases e textos, expressos de formas diversas e a maneira como elas se auto-identificam”; “Identificar o que elas consideram de mais importante na escolha do seu futuro par ideal pelo site de namoros *match.com*”; “Verificar os valores subjetivos das autorrepresentações ou auto-identificações quando da criação de seus perfis” e “Analisar o que é mais importante que apareça no site sobre suas vidas, quando da busca por um novo relacionamento amoroso”. Além destes aspectos, com o presente estudo procurou-se problematizar sócioantropologicamente estas expressividades, de maneira a procurar entender as questões e os enigmas relacionados às mulheres da faixa etária pesquisada e saber quais os motivos que as levam a buscar um relacionamento pela Internet.

A dedicação em estudar a forma como as mulheres se apresentam em sites de relacionamentos, se justifica pelos novos formatos sociais aflorando na sociedade brasileira, a partir das tecnologias, criando outras formas de sociabilidade entre os indivíduos.

Para realizar esta pesquisa, foi ainda criado um perfil fictício (*fake*, na linguagem dos internautas) com identidade própria e apelido - *username* ou *nick*, denominado Mancha173, para melhor veracidade dos fatos e como forma de inserção nos perfis disponibilizados no site. Em um primeiro momento escolheu-se o *nick* Mancha, porém aparece, na ocasião de finalização da inscrição, uma mensagem especificando que este *username* já foi escolhido por outro membro do site, sendo automaticamente fornecida a opção de Mancha173. Este número - 173 - é aleatório e outros como este, poderão ser fornecidos pelo site, para todo aquele que, ao criar um *nick*, sem saber, escolha algum que coincida com outro que já possua cadastro.

Um ponto importante a ser mencionado é que, pelo fato de não haver a obrigatoriedade da divulgação da identidade da observadora, esta não foi revelada, em nenhum momento, por não haver necessidade, nem do diálogo *on line* com as mulheres pesquisadas e nem pela opção de compra dos serviços oferecidos pelo site, no momento do cadastro, sendo suficiente a observação das características femininas ali expressas, de forma pública.

Dada a dinâmica das páginas da plataforma, com novas mulheres inserindo seus dados e perfis no site, não foi também estipulada uma representatividade estatística, quanto ao número de pessoas analisadas, sem prejuízo na análise da pesquisa desenvolvida, a partir do momento em que as características dos perfis, bem como de suas preferências, se repetem, como se pode notar.

Esta pesquisa está formatada em seis capítulos. No primeiro foi desenvolvida a introdução do presente estudo e as motivações para realizar tal pesquisa etnográfica. No capítulo dois são analisadas as questões de gênero, o corpo em eterna mutação e como objeto de construção social, contextualizado com uma revisão teórica. No capítulo três são transcritas as diversas disponibilidades na Internet brasileira, para interações sociais. No capítulo quatro é descrito um detalhamento da plataforma *match.com*, local onde foi desenvolvido o presente estudo. No capítulo cinco é verificada a forma como as mulheres se identificam na plataforma, finalizando com uma rápida análise dos relacionamentos e ainda das concepções ou “máscaras” de Goffman (2007) procurando, neste último, fazer um cruzamento dos dados colhidos na Internet com as identificações do autor. O presente estudo é concluído com as considerações finais numa interpretação da realidade sócio-cultural e virtual.

Não se teve intenção, durante a pesquisa, de fazer este recorte, mas, em determinado momento, foi constatado, pelas observações dos perfis visualizados, que o universo dessas mulheres era composto por 100% de mulheres separadas ou divorciadas de seus relacionamentos anteriores, procurando na Internet, novos meios de conhecer seu futuro parceiro amoroso.

2 QUESTÕES DE GÊNERO E O CORPO DA MULHER

O termo gênero começou a ser pensado e discutido a partir da década de 70, quando alguns autores iniciaram questionamentos quanto às diferenças entre masculino e feminino, “sexo biológico” e “sexo social”, discorrendo sobre a construção biológica, social e cultural entre homens e mulheres.

Difundiu-se, a partir dos anos 80, com a visão de as mulheres feministas ampliarem os conceitos e as reflexões nas ciências humanas e sociais, de uma nova proposta teórico-conceitual, dividindo e distinguindo os gêneros, abordagem esta, até então ancorada nas Ciências Biológicas. Por este motivo, a palavra gênero normalmente está relacionada à “mulher”, como se fosse um sinônimo, sendo uma simples referência de determinado contexto em relação às mulheres para praticar a perspectiva de gênero.

Para Shapiro (1981) há uma distinção clara quanto à diferença entre sexo e gênero - temas considerados pela autora muito próximos. Para ela, sexo está ligado a uma diferença biológica entre macho e fêmea, e gênero, refere-se às construções sociais, culturais e psicológicas de uma sociedade, como uma variação cultural e não biológica, num binômio entre natureza e cultura, sendo o sexo pensado como um fator pré-cultural. Em outras palavras, muitas dessas diferenças entre homens e mulheres, não decorrem de uma composição natural - biológica, e sim, de características de um quadro histórico-cultural e político, frutos de uma edificação social, podendo variar de acordo com as sociedades. Essas classificações podem estar relacionadas a sexo forte / sexo fraco, sexo maior / sexo menor, macho / fêmea, alto / baixo, quente / frio, sendo normalmente esta linguagem dualista, a base do sistema de representações nas sociedades, ou ainda, partindo de uma relação entre ativo / passivo, funcionando, muitas vezes, negativamente para a mulher e dando prevalência ao homem, ou exprimindo a supremacia do poder a este último, sugerindo a ideia de que as sociedades - ou pelo menos a brasileira - são divididas em domínios - privado e público - e de papéis de dominação e posse (GOLDEMBERG, 2007). A autora exemplifica esta questão referindo que, “Para qualquer observador da sociedade ocidental não restam dúvidas de que ela está marcada por um gritante domínio masculino” (GOLDEMBERG, 2007, p. 195).

Para Piscitelli (2006) as questões de gênero foram construídas como categorias de análise pelo pensamento antropológico e feminista.

Matos (2008) faz referência às questões relacionadas a gênero, a partir de uma distinção inicial de separação entre os sexos. Enfatiza esta autora que:

Enquanto proposta de um sistema de classificação, a “categoria” gênero, em sua forma mais difusa e difundida, tem sido acionada quase sempre de forma binária (raramente em formato também tripartite) para se referir à lógica das diferenças entre: feminino e masculino, homens e mulheres e, também, entre a homo e a heterossexualidade, penetrando já aí neste segundo eixo fundamental deste novo campo que é a fronteira da sexualidade (MATOS, 2008, p. 35).

Matos (2008) referindo-se a Piscitelli (2006) menciona que esta teria pretendido, a partir do conceito de gênero, tornar “possível desestabilizar as tradições de pensamento”, sendo uma das desestabilizações “a desconstrução de binarismos estéreis que facultam lugares fixos e naturalizados para os gêneros”, afirmando ainda que,

Através de significados e re-significações produzidos e compartilhados na nova perspectiva analítica e que transversalizam dimensões de classe, etárias, raciais e sexuais, gênero tem tido o papel fundamental nas ciências humanas de denunciar e desmascarar ainda as estruturas modernas de muita opressão colonial, econômica, geracional, racista e sexista, que operam há séculos em espacialidades (espaço) e temporalidades (tempo) distintas de realidade e condição humanas (MATOS, 2008, p. 37).

Esta autora também enfatiza que, nos dias atuais, a construção teórico-analítica sobre gênero encontra-se numa circunstância bastante privilegiada, em fase bem mais reconhecida e esclarecida. Menciona que, aqui no Brasil, a questão relacionada a gênero,

(...) se encontra suficientemente reconhecida e destacada. Ainda que sejam perceptíveis usos diferenciados do conceito e entradas teórico-metodológicas múltiplas, teorias que se intitulam efetivamente “de” gênero e teorias que flertam ou apenas se aproximam dessas discussões (teorias “e” gênero), como já apresentado, conformam volume substantivo de estudos numa condição crítico-reflexiva madura (MATOS, 2008, p. 38).

Ainda salienta que a partir do século XXI, não há dúvidas da necessidade de se resgatar a perspectiva de gênero, tanto na diversidade disciplinar, como metodológica e ideológica dos estudos. Observa esta autora que a tradição,

(...) sempre se fez acompanhar por ontologias caracteristicamente dualistas e binarizantes (com julgamentos hierárquicos de valor para os pólos de opostos) que visavam separar nitidamente o universal do particular, a cultura da natureza, a mente do corpo e a razão da emoção, o masculino do feminino, a igualdade da diferença, para citarmos apenas aquelas mais centrais. Além do mais, tal epistemologia se baseou em posições agonísticas resumidas nas escolhas infelizes entre o “ou isso” e o “ou aquilo”, sendo impossível postular uma experiência complexa de simultaneidade e concomitância. Certamente, tudo o que estou definindo como o campo de gênero e feminista é que pode nos facilitar a apreensão da realidade (seja coletiva ou individual) em termos de nova lógica e de nova epistemologia que se acena fértilmente complexa ainda que paradoxal. Esta outra epistemológica deve ser

compreendida agora na chave do multiculturalismo crítico e emancipatório que visa resgatar raízes que permitam desmontar o conhecimento produzido na exclusividade das chaves ocidentais, anglo-européias, patriarcais, brancas, heteronormativas e masculinas em prol de uma afirmação pluralista de ciências (MATOS, 2008, p. 40).

A partir das análises de Matos (2008), a conclusão é de que hoje o julgamento sobre a perspectiva de gênero está sendo debatida numa nova lógica epistemológica, diferentemente dos pontos de vista abordados anteriormente, por meio de uma imagem dualista.

Além dos diversos pontos de vista abordados pelos autores, quanto às perspectivas de gênero, ainda Goldemberg (2007), ao dedicar-se em seus estudos sobre a questão do corpo da mulher, a partir de pesquisas desenvolvidas no Rio de Janeiro, procura identificar como os indivíduos realizam-se pelas inúmeras representatividades do corpo, numa forma de transformar a sua relação com o mundo, multiplicando seus personagens sociais.

A partir da leitura da obra de Goldemberg (2007), com o presente estudo procurou-se utilizar os exemplos trazidos pela autora, quando da identificação dos indivíduos pelo corpo, como forma de exemplificar os detalhes expostos no site de namoros *match.com* correspondente às imagens - fotos - expostas pelas mulheres, quando da procura por um parceiro afetivo. Da mesma forma que os indivíduos expõem seus corpos sarados e transformados para serem apreciados, num jogo de sensualidade e troca de olhares no ambiente físico - face a face - conforme mencionado por Goldemberg (2007), na Internet essa cultura corporal pode se manifestar virtualmente, por meio das melhores e mais sensuais fotos, objetos a serem mostrados aos chamados pretendentes a um relacionamento. Vale ressaltar que, por mais que esta autora tenha utilizado como base de suas pesquisas a cultura carioca, sendo o Brasil um país tropical, com muitas praias distribuídas pelo país a fora, esta característica corporal, de “culto ao corpo”, pode se repetir em outras regiões também, principalmente na época do verão.

A representação do corpo, para a pesquisa em pauta, está apresentada sobre a forma de fotos e textos digitalizados, pelos quais as pessoas se identificam na Internet.

Além dos exemplos abordados pela autora, quanto aos corpos em plena metamorfose, esta refere-se ainda, ao crescimento da “indústria do embelezamento”, muito utilizada pelas mulheres atuais, com maquiagens, adereços e enfeites, sendo estes mesmos detalhes percebidos nas fotos disponibilizadas no ambiente virtual. Pelos motivos mencionados, utilizaram-se os conceitos e exemplos de Goldemberg (2007) sobre a cultura corporal, para exemplificar as fotos visualizadas no site de namoros *match.com* e de como as mulheres se apresentam na Internet à procura de um parceiro amoroso.

No presente estudo ainda foram identificadas as formas como as mulheres analisadas se apresentam na Internet, a partir das concepções ou “máscaras” de Goffman (2007) em suas diversas representações. O autor, em sua obra, se propôs a analisar os indivíduos quando se apresentam perante os outros e quais os seus interesses na transmissão de impressões. A partir das concepções do autor, procurou-se, ainda, no decorrer das análises, bem como no final deste estudo, identificar quais representatividades do autor podem ser identificadas pelos dados colhidos na Internet, procurando, ainda, fazer um cruzamento de dados, com o objetivo de enriquecer o presente estudo.

As mulheres vivem hoje as exigências próprias e da sociedade, quanto a sua aparência física, criando um “estereótipo” de mulher perfeita, diferentemente de 60 anos atrás, ou mais, quando as mulheres eram criadas e vistas como reprodutoras e com pouca vaidade, com seus corpos exibindo “gordurinhas” em excesso e sendo consideradas assim, pela sociedade, como saudáveis e o modelo perfeito da mulher brasileira, conforme exemplificado pelos autores. “O processo de valorização do corpo, através dos tempos, acompanha, de certa forma, a valorização / desvalorização da imagem de uma época para outra” (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 15).

Durante décadas os conselheiros e escritores da área da beleza eram formados por homens, boa parte médicos, que limitavam a aparência feminina a revelar a beleza de uma alma pura, na condição de manter o corpo limpo e fecundo, sendo a beleza considerada como um dom divino e não como uma conquista individual, bem como os produtos de beleza eram somente remédios, com o intuito de manter o corpo limpo.

Hoje, os produtos de beleza raramente são considerados como remédios, adquirindo outro tipo de poder, podendo influenciar diretamente o psiquismo de cada mulher “tornando-a, não somente mais bela, como também mais feliz e satisfeita com ela mesma” (SANT’ANNA, 2005, p. 128).

O que é cultuada hoje, no Brasil, a partir da “indústria do embelezamento” e a qual Goldemberg (2007) chama de “culto ao corpo”, nada mais é do que uma exigência estética feminina em constantes transformações, sendo o corpo, um objeto a ser mostrado e admirado pelas pessoas e também explorado pela mídia.

A mídia, de um modo geral, apresenta as pessoas, tanto homens, como mulheres, mais as mulheres, como um objeto em mutação, tanto físico, como em gênero, criando identidades sociais e sexuais. Mas não só o corpo é explorado pelos meios de comunicação e cultuado nas sociedades, como também o rosto, fruto da mostra de belas mulheres em invariável concorrência e disputa, sendo estimuladas pelas técnicas de embelezamento, hoje disponíveis

no “mercado” das estéticas e clínicas de embelezamento, divulgados, dia a dia em jornais, comerciais de TV e revistas, em larga escala, na busca desenfreada do aperfeiçoamento daquilo que a natureza não proporcionou a elas de forma desejável, recursos esses que poderão servir para “fisgar” novos relacionamentos interpessoais (GOLDEMBERG, 2007). Citando Ivo Pitanguy, Goldemberg (2007), complementa: “A face, entre as regiões do corpo, é a que mais identifica o ser com o mundo. De certa forma seria o espelho que reflete a essência do ser”, trazendo a ideia de que não somente o corpo é visto como forma de chamar a atenção dos olhares, mas também o rosto.

A autora menciona, ainda, exemplos de anúncios, que as pessoas entrevistadas por ela citam como características, na busca por um parceiro ou um relacionamento afetivo, estando, quase na sua totalidade, fazendo referência a corpos “bonitos” “perfeitos” e “trabalhados”, característica esta, muito marcante em nossa cultura brasileira, como citado anteriormente, por ser um país tropical, como local de exposição do corpo, na composição de sol e praia. O físico e a estética, no Brasil, nunca foram tão cultuados e admirados, sendo a realização dos indivíduos e da sua própria existência, transferida para a idealização física, numa forma de mudança e reconstrução do indivíduo contemporâneo, multiplicando, com isso, os personagens e os laços sociais.

Os laços sociais foram transferidos para o “olhar do outro”, numa forma de alteração da existência social e na busca da identidade, sendo o rosto e o corpo o “cartão de visitas” para novas interações sociais.

Quando das observações feitas no site de namoros *match.com*, a foto ali disponibilizada pelas mulheres pode ser uma “poderosa arma” no momento da procura por um parceiro afetivo amoroso, a partir das mais variadas formas de exposição delas no site e de acordo com o objetivo individual de cada uma. Vale lembrar que hoje existe uma ferramenta tecnológica chamada “*fotoshop*”, que poderá ser utilizada para “melhorar” a aparência, sendo a foto modificada no computador, podendo todo aquele que se utilizar deste artifício, encontrar-se insatisfeito com sua aparência natural, procurando “corrigir” ou “melhorar” sua performance física como forma de “fisgar” seu futuro pretendente. Goffman (2007) exemplifica esta questão das aparências físicas referindo que “(...) embora normalmente as pessoas sejam o que aparentam, as aparências podem ser manipuladas” (GOFFMAN, 2007, p. 90), dando a ideia de que os indivíduos podem se utilizar de diversos artifícios, tanto físicos como de comportamento, para transparecer ao outro aquilo que efetivamente desejam, podendo toda esta representatividade, também se dar no universo *off line*. Ainda com referência ao “*fotoshop*”, é relevante salientar que, no decorrer deste trabalho, não houve

condições de pesquisar a efetiva realização destas utilizações e nem de investigar em que grau existe uma manipulação, ou não, da utilização de fotos que se aproveitam deste tipo de artifício.

Todo esse jogo de realização visual pode ser traduzido pela preocupação que os indivíduos têm de satisfazer-se em relação ao olhar do outro, traduzindo a filosofia do existir, onde a preocupação reside na satisfação da existência do olhar (GOLDEMBERG, 2007).

Os cuidados hoje, que o ser humano tem com a aparência e a imagem física, nada mais é do que a busca constante de rostos e corpos perfeitos, conforme mencionado pela autora.

“(…) Cuidar da própria imagem, de seu rosto, de seu corpo, passa pela construção de uma réplica perfeitamente sincronizada de si mesmo, como uma segunda pele recobrando a primeira (GAUTHIER, 1996 apud GOLDEMBERG, 2007, p. 134).

Os desejos de satisfação e aprovação física acontecem de forma que o emissor e o receptor têm uma interpretação no olhar quanto ao consenso da aparência sendo que os dois fazem uma leitura com significados de valor erótico, psicológico e sociológico que estarão baseados individualmente em convívios familiares e criações, mas também na beleza socialmente construída, aquela que foi “fabricada” artificialmente tornando-se um “valor de mercado”, muitas vezes mais significativo do que os de outros valores, conforme mencionado. “(...) a aparência é a parte visível que a pessoa oferece à percepção sensorial do outro e todo ato social que utiliza a aparência ocorre em um ambiente visual” (GOLDEMBERG, 2007, p. 118).

Sant’Anna (2005) faz referência às práticas e técnicas que se desenvolveram no decorrer dos anos 80, como sendo sustentadas por uma “obsessão dos invólucros corporais”, conforme mencionado,

(...) o desejo de obter uma tensão máxima da pele; o amor pelo liso, pelo polido, pelo fresco, pelo esbelto, pelo jovem; ansiedade frente a tudo o que na aparência pareça relaxado, franzido, machucado, amarrotado, enrugado, pesado, amolecido ou distendido; uma contestação ativa das marcas do envelhecimento do organismo. Uma negação laboriosa de sua morte próxima (SANT’ANNA, 2005, p. 86).

A cultura brasileira é composta, dentre outras características, por uma particularidade diferenciada em relação a outras culturas, expressa pela proximidade com que as pessoas se relacionam, seja de forma verbal ou física, exprimindo uma manifestação de intimidade. Na língua, esta característica se exterioriza por meio de palavras e dos apelidos e no físico, pelo sorriso, pelo contato, pelo toque, este último muito característico aqui no Rio Grande do Sul, pelo abraço, beijo e aperto de mão, vistos como gestos cordiais, expressando laços de

intimidade corporal, funcionando como uma técnica de ligação social, conforme mencionado. “O Brasil valoriza o corpo e é essa ligação com o concreto que serve de base para a cordialidade da vida social brasileira (...)” (GOLDEMBERG, 2007, p. 120). Dessa forma, nossas relações sociais são expressas por meio do corpo, da valorização das construções corporais, da aparência física, da beleza, da sensualidade, do carnaval, do bronzado no verão, incorporadas à ideologia da aparência e muito próximas às de gênero e de erotismo, diferente, por exemplo, do europeu que vive as suas relações sociais separadas do corpo, distantes e impessoais, “valorizando” o controle, a disciplina e a autonomia individual, sendo o corpo, desvinculado da vida social e ficando afastado de um encontro social espontâneo, como no caso do Brasil (GOLDEMBERG, 2007).

A partir dos avanços tecnológicos e da “indústria do embelezamento”, a perfeição física, tanto do corpo como do rosto, passa a fazer parte do cotidiano brasileiro, mais especificamente das mulheres. As imagens de modelos esculturais e de corpos e rostos perfeitos, em TVs, telas de cinema, revistas, *outdoors* e computadores, muitas vezes retocados por meio de computação gráfica, tendem a induzir a busca desse tipo de perfeição como sendo um modelo de felicidade, produzindo e reproduzindo culturas que investem cotidianamente no “mercado” da saúde e que consomem todos os tipos de produtos materiais, como revistas, filmes, dietas, estéticas, suplementos alimentares, academias de ginástica, clínicas de embelezamento, dentre outros. A publicidade surge direcionando o mundo do consumo e da beleza, conforme especificado,

Se no início o processo de racionalização e disciplinarização corporal estavam relacionados a práticas e saberes religiosos, passando logo após para a administração estatal, hoje são o *marketing* e o mercado os novos senhores desta administração (GOLDEMBERG, 2007, p. 151).

Com relação ao “mercado da beleza”, esta mesma autora relata que a partir da democratização e do neoliberalismo, a indústria dos serviços de embelezamento sofreram uma explosão bombástica. Conforme pesquisa da FGV - Fundação Getúlio Vargas, em reportagem à Revista Veja, 44% das mulheres paulistas gastam mais de 20% de seu salário em beleza e em cada 10 meninas no Brasil, 09 querem ser modelo, revelando um novo perfil da mulher brasileira estimulado na vaidade e impulsionado pela competição das mulheres no mercado de trabalho e pelo crescimento acirrado dos serviços de embelezamento (GOLDEMBERG, 2007).

Outro fator que está diretamente ligado ao “mercado da beleza” feminina é o “medo de envelhecer” e de ser “trocada” por outra. Na verdade, o conceito de ser “trocada” surgiu com frequência nas entrevistas de Goldemberg (2007) em seus estudos, onde as mulheres mencionaram que estava ficando comum para os homens “trocar” uma (mulher) de quarenta por duas de vinte, podendo estas se utilizar dos artifícios disponibilizados no “mercado” da beleza ou, ainda, de cirurgias plásticas, conforme citado, a seguir:

A plástica é uma evolução tecnológica que ajuda as mulheres a reduzir a diferença de idade, protegendo-as de serem “troçadas”, mas que também lhes permite se tornarem mais competitivas entre si. Por um lado, nivela as diferenças injustas criadas pela diferença de idade; por outro, aumenta a competição, tornando mulheres mais velhas “tão boas” quanto as mais jovens (GOLDEMBERG, 2007, p. 199).

Anterior à década de 70, esta preocupação com a estética era quase que nula e considerada incompatível com o ideal da realização pessoal feminina, criticada, inicialmente nos Estados Unidos com o chamado “mito da beleza” e depois, no Brasil, sendo empecilho para a realização pessoal das mulheres. Porém, com o avanço dos movimentos feministas e com a crescente “indústria do embelezamento”, a boa aparência acaba por ser um “quesito” quase obrigatório para o universo feminino no momento da inserção no mercado de trabalho e na procura pelos seus parceiros sexuais. A competência acaba se equiparando à imagem física, trazendo às mulheres uma maior “segurança” no momento de encarar os desafios do espaço público e afetivo.

É provável que o rápido crescimento de mulheres à procura de novas formas de beleza e rejuvenescimento, não se deva somente à maior competição profissional, mas, também, ao crescente número de mulheres inseridas no espaço público. Ao mesmo tempo, a crescente independência financeira dá a elas maior liberdade para gastar sua renda e também o mundo profissional tem atribuído às mulheres, exigências cada vez maiores devido ao aumento de competitividade, aliado à grande disponibilidade de produtos e serviços de beleza para o consumo.

Reportando-se um pouco mais à História, no início do século XX, o processo de envelhecer no Brasil era considerado natural e as mulheres, segundo Haiken (1997), que resistissem ao envelhecimento eram ridicularizadas. Durante a primeira metade deste século, as questões relacionadas à beleza se limitavam às prescrições médicas e às regras de uma moral católica, que, segundo os padrões da época, a mulher brasileira deveria se contentar com o uso de jóias, chapéus e luvas. O embelezamento, para a época, colocava em risco a moral das “moças de família”, podendo denotar uma moral duvidosa.

A partir da guerra, esse quadro inicia um processo de mudança e a cultura americana passa a ser dominada por um “ethos terapêutico” Goldemberg (2007) e um crescente aumento da indústria da beleza, aos poucos disseminado também no Brasil. Porém, para os Estados Unidos, essa aceitação veio acompanhada de dúvidas morais, provocando controvérsias, como por exemplo, quanto às cirurgias plásticas de implante de silicone nos seios, sendo essa prática proibida em 1992, pelo FDA - *Food and Drug Administration*. Em contrapartida, no Brasil, os implantes de silicone nunca foram proibidos ou considerados como politicamente errados, ou trazendo riscos à saúde feminina, pelo fato de a beleza, no Brasil, estar desvinculada das questões morais, políticas ou de raça. “No Brasil, cosméticos podem ser ‘apenas’ cosméticos; cabelos loiros, narizes finos, seios reduzidos - ou aumentados - são considerados ‘coisas da beleza’, não da raça” (GOLDEMBERG, 2007).

Conforme pesquisa citada anteriormente pela FGV - Fundação Getúlio Vargas e publicada na Revista *Veja*, ainda as mulheres brasileiras mais velhas costumam pintar os cabelos de loiro, para encobrir os brancos, justificando as atitudes do universo feminino brasileiro, de que, quando do avançado da idade e com os cabelos grisalhos, elas partem para a solução deste “problema”: pintam o cabelo de loiro, num país que “costumava pertencer às morenas” (GOLDEMBERG, 2007), dissociando a questão da raça, diferentemente dos Estados Unidos onde a raça é vista como um determinante da aparência física. De fato, a exemplo deste país é o cabelo ou o penteado “afro”, considerado como parte natural dos afro-americanos, ao contrário do Brasil que é incentivado pelas técnicas cosméticas de alisamento capilar, como forma de “aperfeiçoar” ou “melhorar” a aparência, mesmo hoje, ainda havendo movimentos recentes de “valorização” da cultura afro-brasileira.

Com a ascensão dos movimentos feministas em larga escala, tanto nos Estados Unidos, como no Brasil e com o aumento da mulher no espaço público, bem como das novas formas de embelezamento e da indústria de cosméticos crescendo de forma alucinante, um novo espaço para pesquisas floresce, em substituição à construção social da feminilidade e da masculinidade e dos estudos sobre gênero, sendo, não somente as mulheres, mas também os homens, objeto de estudo e de interesse de alguns autores.

Segundo cada sociedade e de acordo com diferentes períodos da História, a construção cultural masculina também passa por diversas etapas, que, de acordo com Badinter (1993) a masculinidade demanda um trabalho e um processo pedagógico, em que o verdadeiro homem, viril, é estimulado socialmente a desenvolver-se por meio de provas e deveres. Para o autor, o processo de construção de identidade masculina se inicia negativamente pelo fato de ele ter que provar, à medida que for crescendo, que não é nem criança, nem mulher e nem

homossexual, mudando a sua identidade de menino para homem. Tanto para Badinter (1993) como para Trevisan (1998), ser homem é opor-se a tudo que se assemelha à mulher, evidenciando a fragilidade masculina, pois no mundo masculino “(...) a falta de um único elemento coloca em risco todo o edifício” (GOLDEMBERG, 2007, p. 55). Diferentemente dos homens, as mulheres além de terem menos medo de se assemelhar a eles, elas fogem dos padrões femininos, como usar calças compridas. Pode concluir-se que a masculinidade é um gênero infinitamente vigiado e precavido pelos homens.

Da mesma forma que se diferem as construções de identidade masculina e feminina, percebe-se, na sociedade brasileira, uma hesitante e articulada negação do masculino quanto à fragilidade de sua organização, manifestada por meio da moda - técnica corporal associada ao papel feminino e um significativo elemento na formação de identidades e dos papéis de gênero, conforme mencionado,

(...) No mundo da moda, a aparência dos sexos continua organizada por uma dissimetria estrutural que faz com que mulheres e homens não ocupem uma posição equivalente. Se, por um lado, as mulheres podem usar quase tudo, incorporar ao seu guarda roupa peças de origem masculina, por outro, os homens são submetidos a uma codificação implacável, baseada na exclusão incondicional dos emblemas femininos (GILLES LIPOVETSKY, 1989 apud GOLDEMBERG, 2007, p. 199).

Se, de alguma forma, por meio da vestimenta, a identidade social se confundiu, por outro, com a identidade sexual isto não ocorreu, sendo a moda vista como um atributo mais feminino do que masculino, mesmo hoje havendo uma preocupação por parte de alguns homens quanto ao seu físico e a moda.

Sant’Anna (2005) atribui a beleza e a graça a valores historicamente associados mais às mulheres do que aos homens, porém, variando ao longo dos anos, alterando a relação entre a feminilidade e a cultura, entre o corpo e os cuidados dedicados a embelezá-lo, podendo aquilo que era belo ou desejável anteriormente, tornar-se artificial ou até arriscado, variando de época para época.

Para a sociedade brasileira a estética, associada à vaidade, parece ser uma peculiaridade mais feminina e se há um investimento estético mais acentuado entre os homens, em geral é visto como um traço efeminado. Da mesma forma, o alistamento militar serviu, durante muitos anos, de formação para os rapazes dando a prerrogativa de que a partir da sua inserção no serviço militar “ele vai aprender a ser homem”, somado a um rigoroso regime, forçado a exercícios físicos penosos, aliado ao uso da farda - vestimenta militar - e ao cabelo cortado estilo “cadete” (GOLDEMBERG, 2007).

Hoje, o imaginário da sociedade brasileira e dos ditos populares ainda é permeado por pensamentos e procedimentos nesse sentido, sendo a mulher estimulada aos investimentos e atributos físicos e estéticos e o homem, de acordo com DaMatta (1997), à eterna vigilância das emoções, dos gestos e do corpo, deixando para elas, a futilidade e os caprichos estéticos.

Porém, por mais que a insistência de associar a beleza aos caprichos estéticos esteja voltada às mulheres, ou de que a beleza está para o feminino assim como a força está para o masculino, vale ressaltar que as maneiras de problematizar as aparências ou de produzir o embelezamento, não cessam de ser alterados.

Todo esse jogo de gestos e olhares, de corpos sendo “moldados” e “aperfeiçoados” em um processo de aprovação ou rejeição e de aprimoramento visual e estético, nessa teia de laços sociais e nas diferenças de masculino e feminino, remete ao estudo de novas questões quanto às construções sociais no Brasil, não sendo dissociadas da ideologia de gênero.

Homens e mulheres representam, cada um, atributos de virilidade ou fragilidade, reconstruindo diferentes valores estéticos, dando margem a novas identidades sociais, ultrapassando barreiras e multiplicando os personagens, num verdadeiro método de “mutação” e “transformação” corporal, sendo o “olhar do outro”, a transcendência da verdadeira existência social.

2.1 O CORPO EM ETERNA MUTAÇÃO E COMO OBJETO DE CONSTRUÇÃO SOCIAL

A esfera das relações sociais sofreu, durante anos, transformações importantes, sendo uma delas, a valorização do indivíduo e do seu corpo, conforme mencionado anteriormente, não sendo este último, uma mera resposta a estímulos biológicos, e sim, de uma construção social, refletindo a imagem da sociedade e do ser humano (MAUSS, 1974).

A partir da obra de Mauss (1974) tem-se a percepção de que os comportamentos humanos não são somente respostas a estímulos biológicos, mas também sociais, desenvolvendo diversos papéis na sociedade. Alguns desses papéis dizem respeito à busca incessante do ser humano por satisfação, aceitação e realização, levando o olhar do indivíduo ao corpo, na busca desenfreada por beleza, numa paradoxal teia de representações corporais, como forma ingênua da perfeição humana.

Giddens (1993) refere-se ao corpo como sendo portador da auto-identidade estando este cada vez mais ligado às decisões individuais e de estilos de vida cotidiana.

Tanto para Mauss (1974) como para Giddens (1993), o corpo exerce um papel ativo e interligado nas questões de decisão do ser humano, não estando dissociado do contexto social, e sim, revelando um aprendizado social a partir do momento em que vivemos, sentimos e agimos por meio dele (VILLAÇA; GÓES, 1998).

Além da participação ativa do corpo nas decisões dos indivíduos e dos estímulos sociais, a tendência do ser humano passa a ser de um mero espectador deste a uma atribuição de responsabilidade e esforço para o alcance de uma aparência desejável, sendo o consumo um dos fatores preponderantes na atribuição de uma identidade cultural, e os imaginários corporais, os elementos que permitem moldar a subjetividade humana.

Para Sant'Anna (2005) toda ação que se destina a conhecer e embelezar o corpo possui, também, sua parte de risco e fraqueza. Para esta autora o processo de transformação do corpo, assim como dos instrumentos e serviços de embelezamento, outrora inexistiam. Afirma, ainda, esta autora que,

Um tal paradoxo convoca a presença do inesperado em cada tentativa de controle e de manipulação do corpo. Impossível, portanto, apreendê-lo de uma vez por todas, compreendê-lo em algumas linhas. Seu conhecimento é interminável tanto quanto são diversificadas as bases culturais que, da medicina à religião, passando pela filosofia e pela antropologia, o constituem e o transformam (SANT'ANNA, 2005, p. 12).

Com esforço e dedicação e com a ajuda de recursos na “indústria do embelezamento” com o decorrer dos anos o corpo é persuadido a alcançar uma aparência desejável e satisfatória, não sendo mais problemas a flacidez, as rugas ou a queda de cabelo (VILLAÇA; GÓES, 1998).

O paradigma da racionalidade moderna passa de um corpo estagnado a corpos disciplinados, sendo este, um objeto de controle, ancorado na satisfação e no desejo real recebendo inúmeras versões, dissimulando-se em diferentes práticas amparadas em crenças religiosas, ideias filosóficas, políticas e culturais. O corpo passa de uma mera narrativa classificatória, para uma infinidade de discussões legitimadas em produções que realizam os regulamentos de privado e público, real e irreal, levando a discussão para o significado e os limites do corpo, e pensar, hoje, sobre ele é ultrapassar seus limites numa projeção de subjetividades, conforme citado pelos autores.

A questão tradicional de aceitar ou não o corpo recebido, torna-se agora: como mudar o corpo e até que ponto? Os desenvolvimentos das ciências da vida oferecem a possibilidade ao sujeito moderno de modificar seu corpo tanto na aparência,

quanto nos elementos fundamentais de sua estrutura. A aceitação ou a recusa do corpo é uma possibilidade oferecida ao sujeito humano a partir do distanciamento obtido pela consciência de seu corpo, fruto da relação ontológica do sujeito consigo mesmo (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 29).

Hoje os movimentos de identificação e representação do corpo não estão dissociados dos elementos heterogêneos biológico, social e imaginário, tornando-se este, um objeto de transmutação, numa verdadeira revolução de identidade, sendo a transformação um hábito de diversas culturas, desestruturando categorias, invertendo o papel de tradicional a mutante, em que o virtual também preenche um lugar paradoxal, mas presente, dando lugar ao prazer, à satisfação e ao fascínio.

Uma das questões históricas do corpo está relacionada à era industrial, com uma sociedade de produção e com corpos sendo mutilados, manipulados como instrumento de produção, disciplina e controle. Com o passar dos anos, ele foi sendo dominado não mais pela sociedade de produção, e sim pela sociedade do consumo no qual passou a ser transformado por imagens e padrões de representação, com uma gama de opções disponibilizadas no “mercado” do embelezamento, satisfazendo necessidades e desejos na chamada - era do consumo.

O termo corpo também foi dedicado e debatido pelos movimentos feministas, visto como um pilar da organização sóciopolítica, dando ênfase à fertilidade como um início de afirmação. Os autores discorrem sobre esta questão afirmando que,

Nessa linha, a negligência do corpo pela sociologia tradicional era devido ao fato de ser esta uma ciência masculina, que tentava naturalizar a diferença de gênero. Dessa forma, o feminismo nos ensinou que a história começa e termina com a apropriação do corpo (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 40).

Este também pode ser uma forma de exercício de poder, desfrutado, tanto pelo universo masculino, como feminino. Foucault (1988) enfatiza que o poder não é nem localizado e nem neutralizado, isto é, ele é multifacetado, agindo em diversas concepções da vida humana, como um novo investimento nas sociedades, controlando o cotidiano dos indivíduos. Exemplo citado por Villaça e Góes (1998) demonstra que o corpo pode também ser utilizado como forma de poder, e nesse caso específico, pelas mulheres,

O episódio das fotos da líder do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, Débora Cristina de Moura Rodrigues, nua na revista *playboy* pode ser utilizado como lugar para pensar o exercício do poder e a variedade de leituras que suscita (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 45).

Entre as diversas instâncias de poder para o exemplo citado, podemos identificar: a luta do MST, a força econômica da burguesia, a questão da mulher no espaço público, a classe social a qual ela pertencia e a propriedade do seu corpo. Exemplos como este, citado pelos autores, denotam a descentralização do poder e suas inúmeras e arguciosas táticas.

Giddens (1993) discorre ainda sobre esta questão, referindo-se às diferentes facetas que o corpo tem sido transformado, podendo tornar-se também um foco de poder e auto-identidade.

O corpo tem sido sempre adornado, acarinhado e, às vezes, na busca de ideais mais elevados, mutilado ou debilitado. O que explica, porém, nossas distintas preocupações com a aparência e o controle físicos, atualmente, que diferem de algumas maneiras óbvias daquelas preocupações mais tradicionais? Foucault tem uma resposta, e esta conduz a sexualidade. Ele diz que nas sociedades modernas em contraste específico com o mundo pré-moderno, dependem da criação do biopoder. Mas esta é, no máximo, uma meia-verdade. Certamente, o corpo torna-se um foco de poder disciplinar. Mas, mais que isso, torna-se um portador visível de auto-identidade, estando cada vez mais integrado nas decisões individuais do estilo de vida (GIDDENS, 1993, p. 42).

Giddens (2005) ainda faz alusão à revolução e a transformação sexual ocorrida na pós-modernidade, mencionando a evolução das mulheres, fazendo referência ao desenvolvimento da intimidade e das relações sociais na vida moderna, colocando seu objeto de estudo no corpo. Nesta mesma visão, Bourdieu (1995) estuda o corpo como fazendo parte de uma construção social, sendo caracterizada pelas suas diferentes partes, tanto no homem como na mulher, em movimentos associados ao que ele chama de dominação masculina. Diz este último que uma das razões do “domínio” dos homens sobre as mulheres em algumas sociedades pode ser exemplificada pela diferença anatômica entre os órgãos sexuais, podendo ser vistas como justificativa natural da diferença socialmente construída entre os gêneros.

O que os autores acima se propuseram a dizer é que o fato de o homem exercer “poder” sobre a mulher, durante anos de história, em algumas sociedades, pode ser explicado a partir da sua constituição física, sendo o primeiro privilegiado quanto a sua “dominação” e superioridade sobre a mulher; “o homem externo, a mulher interno”, “o homem dominador, a mulher submissa”, “o homem em cima, a mulher em baixo”, “o homem maior, a mulher menor” (BOURDIEU, 1995).

Giddens (2005) faz referência não só às expressões corporais como também aos comportamentos manifestos de diferentes formas entre homens e mulheres. Afirma este autor, que os homens possuem maior dificuldade para expressarem seus anseios e sentimentos e que as mulheres têm mais desembaraço na exteriorização de suas emoções, procurando outras

maneiras para se relacionar e não somente as convencionais, dada a sua maior desenvoltura em relação aos homens. Este autor cita ainda, o que ele chama de “paradoxo” do casamento e dos relacionamentos revelados de formas antagônicas entre homens e mulheres. Para as mulheres, o casamento pode ser considerado, ainda, uma forma de alcançar certa autonomia e um meio de forjar sua auto-identidade definitiva, libertando-se de suas mães e da família anterior. Já por parte dos homens, Giddens (2005) descreve que, durante os dois últimos séculos, eles até foram influenciados pelo desenvolvimento dos ideais do “amor romântico”, idealizado pelas mulheres. Alguns, entusiasmados por tais ideias, foram isolados e criticados pela maioria dos homens sendo considerados como “românticos” no sentido peculiar do termo, quando não o deveriam ser (GIDDENS, 2005). Mas o que os homens realmente desejam, de acordo com o autor, é adquirir um *status* perante os outros homens, aferido por recompensas materiais e associado a rituais de solidariedade masculina. O que Giddens (2005) se propôs a explicar revela que as mulheres podem buscar romantismo e amor eterno nos relacionamentos, enquanto os homens estão mais preocupados com o seu *status* perante a sociedade, dando outro enfoque às suas relações de afeto. Além disso, o autor ainda refere que para as mulheres o casamento é considerado um marco nas suas vidas e aquelas que não o conseguem, podem se sentir “frustradas” ou “mal resolvidas”.

Este mesmo autor ainda faz referência ao “amor romântico versus “amor confluyente”, citando que o “amor confluyente” é “ativo”, “contingente”, “casual”, “fortuito”, “eventual” e que entra em choque com as categorias do “amor romântico”, aquele que é “para sempre”, “único”, “eterno”, este último normalmente idealizado pelas mulheres. O amor confluyente desenvolve-se como um ideal em uma sociedade onde quase todos têm a oportunidade de tornarem-se sexualmente realizados (GIDDENS, 2005).

Schuch (1998) debate essas ideias com as abordadas por Giddens (1993) referindo-se ao amor romântico, que os seus ideais se fragmentaram “(...) devido à emancipação e autonomia feminina, dando lugar à multiplicidade de novos relacionamentos afetivos, que têm como característica principal a possibilidade de escolha” (SCHUCH, 1998, p. 79).

Giddens (1993) ainda faz alusão à diferença entre os sexos numa sociedade ambígua e em constantes mutações que “(...) ao contrário da maioria dos homens, a maior parte das mulheres continua a identificar a sua inserção no mundo externo com o estabelecimento de ligações”, já que “em contraste com aquelas que hoje fazem parte de uma faixa etária mais jovem, a experiência das mulheres mais velhas foi quase sempre estruturada em termos do casamento e da estabilidade” (GIDDENS, 1993, p. 35) fazendo uma ligação quase inevitável

entre o amor e o casamento, levando-as a procurar novas formas e tipos de interação social, não somente as convencionais face a face.

Schuch (1998) analisa a forma como Giddens (1993) aborda estas questões, referindo-se que este autor,

(...) leva em conta o gênero sexual, o amor romântico, as mudanças na família e da identidade dos sujeitos modernos, encarando as transformações da intimidade como resultado de um projeto reflexivo, em que a sexualidade manifesta-se como um aspecto maleável do 'eu', um ponto de encontro entre o corpo, a auto-identidade e as normas sociais (SCHUCH, 1998, p. 76).

Com todas as discussões propostas pelos autores quanto às diferenças de comportamentos e pensamentos entre homens e mulheres e a partir das inúmeras concepções com que o corpo tem sido considerado e transformado no decorrer dos anos, o fato é que vivemos um tempo de supervalorização deste e da sua imagem, refletida na boa aparência e na busca incansável da melhor performance e na constante construção de uma nova representação física, sendo o “olhar do outro”, o balizador de nossas atitudes.

Villaça e Góes (1998) discorrem que em nossa sociedade, entre os cinco sentidos, o que mais está latente é o olhar. “As sociedades ocidentais, nas relações interpessoais, escolheram a distância e, entre os cinco sentidos, privilegiaram o olhar, relegando o olfato, o toque, a escuta e o gosto” (VILLAÇA, GÓES, 1998, p. 59). A importância do “olhar do outro” tornou-se fator determinante nas concepções da nossa imagem corporal, sendo este novo olhar a base de nossos comportamentos e atitudes sociais.

Como mencionado anteriormente, vale ressaltar que todo o estudo relacionado ao corpo, no decorrer deste trabalho, está representado, na Internet, em forma de frases e textos digitalizados, além das fotos disponibilizadas pelas mulheres, na busca de novos parceiros amorosos.

A partir das inúmeras mudanças e concepções a que o corpo passou no decorrer dos anos, de um simples elemento imóvel a um objeto de constantes modificações e variações, outras formas de representatividade tanto social como pessoal, foram introduzidas à sua representatividade, podendo ser manifestas pelo físico, tanto presencial, como virtual, sendo dentre as muitas maneiras de representatividade, algumas por meio de vestimentas, maquiagens e adereços, todas largamente utilizadas pelas mulheres.

As roupas, mesmo nas sociedades arcaicas, não exercem somente um papel funcional, como fardas militares ou vestimentas religiosas, mas também representando um *habitus* pessoal, fazendo relação entre o corpo e o seu meio, sendo o vestuário, um sistema de

formação desse *habitus*, podendo até ser considerado como uma segunda natureza do corpo, dada as suas diversas representatividades, conforme mencionado pelos autores,

É importante frisar, no desenvolvimento da moda na sociedade ocidental, a tensão existente entre impulsos não estruturados e livres e os códigos estruturados e disciplinadores, criando uma dinâmica na declaração dos limites do *habitus* do corpo (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 109).

Tanto as roupas como os adornos, vão além da função básica pré-estabelecida, como de proteção contra frio, calor ou pudor, constituindo também, um ato de significar um simbolismo, variando de acordo com a história e a cultura de cada sociedade, na busca de uma identidade social, conforme mencionado, “A forma e a aparência constituíram uma verdadeira estrutura antropológica enquanto prazer do belo, ‘sentir junto’, proximidade dos corpos” (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 112).

As vestimentas e a moda significam para os indivíduos a representatividade corporal na busca de mais expressão, dando ao corpo, o poder de ação, de afetar e transparecer sentimentos, atitudes, emoções, vontades e desejos.

Um dinâmico e ativo processo de autorrepresentação se apresenta nas sociedades, sendo o corpo, pelas vestimentas e adornos, uma nova forma de apresentação dos indivíduos, invertendo as estruturas de sociedades formatadas na estagnação de um corpo imóvel, para um corpo em constantes e invariáveis transformações, podendo as mulheres, ser o universo de vários estudos antropológicos, por meio das mais diversas expressividades e representatividades.

A partir das análises dos autores e das observações propostas neste estudo tem-se uma nova representação de identidade feminina, não somente presencial, mas também virtual, com as mulheres desfrutando dos diversos espaços interativos propostos pela *web*, numa forma de satisfazer suas necessidades afetivas outrora perdidas, utilizando-se das palavras digitalizadas e do corpo, pelas suas fotos, destacando, também, vestimentas, adereços e as inúmeras disponibilidades no “mercado” da beleza, com o objetivo de atrair o “olhar do outro”, numa busca incessante de aperfeiçoamento e de seu novo amor.

3 UM MERGULHO NO CIBERESPAÇO

Antes de efetivamente observar a forma como as mulheres articulam seus desejos na *web*, navegando pela Internet, chama a atenção a quantidade imensa de novas plataformas de interação social disponíveis no ciberespaço.

O acesso a esses ambientes não está restrito a uma idade específica ou a um perfil peculiar de indivíduo, mas a pessoas de todas as faixas etárias e grupos sociais, tanto homens como mulheres, crianças e idosos, interessados em explorar novos ambientes via Internet, que além de *chats*, também disponibiliza uma gama de sites de relacionamentos, namoro, encontros, consultas, informação, estudo, ou seja, além de relações sociais interativas, a maior biblioteca do mundo.

As mudanças provocadas pela revolução tecnológica ultrapassam a barreira das comunicações e questionar hoje se estas mudanças trazem benefícios e/ou malefícios à humanidade é quase não reconhecer o crescimento e os avanços da era tecnológica, sendo a Internet, uma das principais responsáveis pelos acontecimentos da atualidade, conforme elucidada Castells,

O registro histórico das revoluções tecnológicas, conforme foi compilado por Melvin Kranzberg e Carroll Pursell, mostra que todas são caracterizadas por sua *penetrabilidade*, ou seja, por sua penetração em todos os domínios da atividade humana, não como fonte exógena de impacto, mas como o tecido em que essa atividade é exercida. Em outras palavras, são voltadas para o processo, além de induzir novos produtos. Por outro lado, diferentemente de qualquer outra revolução, o *cerne* da transformação que estamos vivendo na revolução atual refere-se às *tecnologias da informação, processamento e comunicação* (CASTELLS, 2006, p. 68).

Este autor aborda as revoluções tecnológicas como sendo inseridas nos diversos campos da sociedade, dando a ideia de que as novas tecnologias induzem a novos produtos e penetram em todas as esferas da atividade humana, numa transformação e revolução da informação e da comunicação.

As novas tecnologias, bem como o uso desenfreado de computadores, nos diversos campos da sociedade potencializam as formas de como o homem pode agir e intervir na sociedade, sendo as tecnologias da informação, um novo marco na História, como uma extensão das capacidades humanas, fornecendo acesso a diferentes ambientes para conquista de relacionamentos, conforme citado por Teixeira,

(...) o computador, muito mais do que um aparato tecnológico, pode representar um importante elemento no desenvolvimento da humanidade, na medida em que potencializa, de uma forma jamais vista na história da raça humana, as potencialidades de o homem atuar e interferir na sociedade, e, enquanto aparato tecnológico concebida pelo intelecto humano, sua utilização fica condicionada, às vontades, às aspirações, aos desejos e aos objetivos de seu criador (TEIXEIRA, 2002, p. 27).

Além dos computadores aproximarem as pessoas, trazerem informação e conhecimento para os diversos campos da humanidade, outro fator que contribuiu no passado e contribui ainda nos dias de hoje para as mudanças da sociedade é o fato de que, sem o auxílio dessas tecnologias, não seria possível a realização de muitos dos recursos utilizados, hoje, nas diversas esferas da vida humana, como na Medicina, Engenharia, Economia, Estatística, etc, conforme menciona o autor “A análise dessas questões pode fornecer uma ideia geral da importância das tecnologias da informação, como fator determinante para o desenvolvimento dos países” (TEIXEIRA, 2002, p. 27).

Para Castells (2000), a Internet é a “espinha dorsal” da comunicação global mediada por computadores, referindo-se à revolução da Internet e dos novos meios de interação como a “bola mestra” das comunicações na pós-modernidade.

Ainda para Teixeira (2002), o acesso à informação hoje, é uma necessidade básica do ser humano, pois as novas tecnologias, não só são mediadores na solução de problemas da sociedade, como são uma opção a mais para o fim do quadro de exclusão social em nosso mundo atual globalizado. Este mesmo autor cita a Internet como podendo ser destacada em função de suas características, a exemplo de interatividade e flexibilidade, quando os papéis do emissor e do receptor ganham novos espaços e significados na interatividade, assim como, por meio dela, é possível obter referências sobre qualquer assunto, informação e conhecimento, dada a sua flexibilidade, característica da rede (TEIXEIRA, 2002).

As ferramentas tecnológicas disponibilizadas, hoje, são inúmeras e é quase que impossível imaginarmos um mundo sem Internet. O computador passa de uma simples máquina a uma ferramenta sócio-cultural, com uma gama de pessoas em um moderno espaço interativo, disseminando informações e cultivando redes sociais, sendo as salas e sites de encontro e namoro, uma nova teia social digitalizada, tendo como principal objetivo a conversação e a conquista de novos relacionamentos.

A revolução tecnológica “abraçou” o ritmo da história e a *www - Web Wide World* disponibiliza uma gama de serviços e acessos a milhares de pessoas, em tempo real, que se incorporam à atual rede virtual de comunicação e consulta, oportunizando acesso a diferentes

serviços como correio eletrônico - e-mail, acesso e compartilhamento de arquivos - sites em geral como *yotube*, *orkut*, *facebook*, compartilhamento de mensagens como - MSN, *twitter*, etc. A Internet leva milhares de pessoas dos diversos continentes a se incorporarem ao ciberespaço, permitindo a aproximação de informações.

Além dos vários serviços citados, a Internet ainda dispõe de outras ferramentas, como uma das maiores enciclopédias virtuais, a Wikipédia, fundada pelo americano Jimmy Wales, disponibilizada nos diversos continentes e em vários idiomas. É uma enciclopédia gratuita feita por pessoas de todo o mundo, englobando diferentes projetos e assuntos, dentro da linha *free knowledge* - conhecimento livre - com o seu conteúdo sendo distribuído livremente pelos inúmeros setores da sociedade.

Além das plataformas mencionadas, outras formas de compartilhamento de ideias e relacionamentos disponibilizados pela *web* incluem opções de sites de namoro, sendo vários os recursos apresentados aos seus usuários, com inúmeros formatos e identidades.

Uma das maneiras utilizadas pelos internautas para novas interações sociais são os chamados *chats* - salas de bate-papo, onde seus frequentadores poderão ter objetivos e finalidades diversas e específicas, podendo o interesse vagar desde um bate-papo informal, buscando novas amizades, até sexo virtual, ou ainda, o internauta poderá estar interessado em outro assunto mais específico, como um relacionamento mais sério e até, casamento. Estas opções são oferecidas pela *web*, nas várias salas onde os *chatters* - nome dado a todo aquele que acessa os *chats* - procuram acessar aquela com a qual mais se identifique ou com que tenham maior afinidade, ou ainda, que atendam ao seu objetivo, sendo que poderão interagir virtualmente com uma única pessoa ou com várias ao mesmo tempo, por meio dos fóruns, onde todos poderão ter acesso às conversas, já ocorridas anteriormente, e interagir ao mesmo tempo.

Para cada uma das salas de *chats*, há características específicas e os *chatters* que já se conhecem normalmente iniciam suas conversas com cumprimentos informais, como troca de saudações, podendo esta cortesia demorar um tempo, dependendo do número de pessoas que estiverem conectadas naquele momento. A conversa poderá tomar qualquer direção, amigos retomam assuntos ou fatos do cotidiano que se sintam à vontade em partilhar ou aqueles que estiverem se falando pela primeira vez, normalmente iniciam suas conversas com expressões como: “De onde te?” - saber onde a pessoa mora, ou quando da representação de risos: *rsrsrs*, *kkkkkk*, *hehehe*, características do espaço virtual. Todo esse ritual, se a sala estiver lotada, como seguidamente acontece, poderá demorar alguns minutos.

Dependendo do site visitado e para se ter acesso às salas de bate-papo, se a proposta for somente da visualização das conversas, para um primeiro contato, sem compromisso, provavelmente não haverá a necessidade de ser criado um perfil prévio de identificação, salvo se houver interesse em interagir e conversar com os participantes de algum *chat*. Como normalmente é isto que ocorre, todo aquele que acessar uma sala de bate-papo terá interesse em conversar; neste caso, será necessário criar um perfil prévio de identificação.

O número de salas disponíveis para conversação na Internet dependerá da proposta e do perfil de cada site, variando o número de pessoas *on line*, de acordo com o horário acessado e também do número de pessoas cadastradas nos sites e nas salas.

Alguns dos provedores que disponibilizam salas de *chats*, na Internet brasileira, mais conhecidos são: UOL, TERRA, BOL e IG. Os assuntos que fazem parte das salas também são diversos, variando de temas que vão desde amizade até sexo, sendo os mais comumente visualizados e conhecidos, aqueles que estão relacionados a: namoro, encontros virtuais, amizade colorida, “ficantes”, paquera, descasados, amantes, sexo e GLS - *gays*, lésbicas e simpatizantes. Outros temas relacionados também podem ser: idades - sendo que, neste caso, há normalmente uma separação entre as faixas etárias, que poderão variar, de acordo com o site, entre 15 e 20 anos até 60 e 70 anos, sendo que normalmente o intervalo entre as idades, para cada sala, como citado, é de 10 anos. Ainda outras salas poderão ser vistas, como: poesia, cidades, esportes, religiões, evangélicos, dentre outros. Também, como características dos *chats*, normalmente as salas disponibilizarão identificações por *nicks* ou frases representativas - o que poderá ser uma forma de identidade pessoal, ou ainda, por meio de figuras como “carinhas” disponibilizadas pelo site - como no caso do portal Terra - normalmente utilizadas logo no primeiro acesso, dando a ideia de que a pessoa está alegre, triste, confusa, ou ainda, podendo ser utilizado outros símbolos - *emotions*, como flor, copo de *chopp*, dentre outros.

Além dos *chats*, outra forma disponibilizada pela Internet a todo aquele que se propuser conhecer um novo ambiente, virtual e interativo, só que, neste caso, com o objetivo específico relacionado a um relacionamento, que poderá ser desde namoro e/ou casamento até um encontro casual, são os sites onde os internautas, neste último caso, estarão interessados em conhecer um parceiro afetivo, podendo ser a sua cara metade. Para esses, poderá, ou não, ser necessária a criação de um perfil com os dados principais da pessoa, dependendo do site, tendo também a disponibilidade de serem inseridos perfis com fotos e características pessoais, no momento do cadastro, com a criação de *nicks* e frases de identificação para serem visualizadas por todo aquele que acessar e se interessar pela pessoa, tendo a alternativa, também, de compra dos serviços disponibilizados pelo site, ou não. Esses serviços de compra,

dependendo do site, dizem respeito a envio e recebimento de e-mails, visualização de perfis específicos de identificação, criação de perfis de personalidade, alguns tipos de testes, envio e recebimento de “piscadinhas” e “beijos virtuais”, dentre outros.

Os sites de namoro mais conhecidos e disponibilizados pela Internet brasileira são: “ParPerfeito”, “MetadeIdeal”, “ICasei”, “Namoroonline”, “Cara Metade”, “AondeNamoro.com”, “Relacionamentos.Net”, “RomancePerfeito.com.br”, “ProntoCasei.com”, “BuscandoVocê.com”, “Cadê VC”, “Meudesejo.com.br”, “be2”, “Cupido.com”, “MeuLove.com”, “AmoresPossíveis.com.br”, “TeProcurando.com.br”, “BrazilCupid.com”, dentre outros, e ainda o *match.com*, sendo este último disponibilizado pelo provedor Terra e utilizado para a presente pesquisa, por possuir um número significativo de pessoas cadastradas, pela facilidade de acesso e por possuir características bastante relevantes para serem pesquisadas e analisadas. Essas características serão especificadas nos capítulos seguintes.

Para cada um desses sites específicos de namoro, haverá peculiaridades distintas, porém muito próximas no que diz respeito à proposta inicial de todos eles: encontrar o par ideal. Logo na primeira página de acesso, geralmente há a disponibilização da foto de um casal e de frases chamativas, como: *Comece agora. É GRÁTIS!*” ou *“Entre grátis hoje mesmo e comece a procurar um novo amor!”* ou ainda *“Inicie seu namoro hoje mesmo!”*, além dos campos em branco para serem preenchidos, num primeiro momento de acesso, utilizando um cadastro.

Para a maioria desses sites de namoro, também poderá haver a opção de *chats*, tendo o usuário a possibilidade de escolher, tanto as salas de bate-papo, como a preferência específica pelas páginas de namoro, disponibilizando, neste último caso, detalhamentos do perfil daquele que se cadastrou criados na hora da inscrição, podendo também especificar qual o objetivo principal ao fazer o seu cadastro, pelo delineamento de sua representação.

Alguns ainda disponibilizam um vídeo tutorial para auxílio, no momento do cadastro, como é o caso do TeProcurando.com.br, onde, logo na primeira página visualizam-se fotos de novos usuários do site e uma frase de chamada: “começar agora”, que ao clicar em cima do *link*, abrirá outra página dando a opção de assistir a um vídeo de 10 minutos, como auxílio na ocasião do preenchimento do perfil.

Há também a alternativa de sites cristãos, evangélicos ou religiosos. Alguns exemplos são: “Paquera Gospel”, “AmorEmCristo.com” e “Romance Cristão.com”.

Os dados necessários de uma inscrição, para qualquer site de namoro visitado, normalmente são as informações gerais da pessoa, como a criação de um apelido - *nick*, senha

de acesso, e-mail, de onde a pessoa é - cidade e Estado, se é homem ou mulher e se busca homem ou mulher, variando as informações de acordo com cada caso, sendo o cadastro, na maior parte das vezes, gratuito, com a alternativa de compra dos serviços do site, no caso da pessoa querer um aprofundamento maior quanto às suas preferências, se o site não for gratuito.

Para a maior parte dos casos, quando da seleção da escolha e do perfil de alguém do mesmo sexo, como no caso de *gays* e lésbicas, será necessária somente a triagem no momento do acesso, utilizando as alternativas: se “é homem e procura por homem” ou se “é mulher e procura por mulher”. Porém, a melhor representatividade e interação para estes casos são os sites exclusivos de *gays* e lésbicas, como no caso do “G encontros”, “ParPerfeito” para *gays*, “Disponível.com” e “clubegls.com”, que, logo na primeira página, poderá ser visualizada a foto de dois homens ou de duas mulheres abraçados, sendo esta a proposta principal do site - namoro entre pessoas do mesmo sexo - podendo também ter frases de chamada como: *“Aqui não existe preconceito. Conheça pessoas que combinam com você!”*. No caso do “clubegls.com”, ainda há a seleção quando da opção pela pesquisa, se a pessoa está buscando por: “relação séria”, “um jantar”, “fim de semana”, “encontros liberais”, “sexo a dois”, “sexo virtual”, “encontro casual”, “uma noite especial”, “umas férias”, “troca de ideias”, “sexo em grupo” e “troca de parceiro”, assim como outros sites com a mesma proposta poderão disponibilizar opções como estas.

Outros sites ainda especificam a alternativa para a pessoa escolher, se está a procura de um “compromisso sério”, “compromisso casual”, ou “somente amizade”, como é o caso de “AmoresPossíveis.com.br”, que também disponibiliza, no momento do cadastro, as opções se a pessoa é: “heterossexual”, “homossexual” ou “bissexual”.

Dentre as diversas opções já citadas, outro site com uma formatação diferenciada é o BrazilCupid.com, denominado de “site internacional de encontros brasileiros”. Para este caso, não há a opção de escolha de Estado, como nos outros casos, e sim, de país, tendo as opções de consulta: Brasil, Canadá, Estados Unidos, Reino Unido e Austrália. Outra particularidade que está relacionada a esta mesma opção é a escolha da língua, com a seleção optativa por: português, inglês e espanhol, sendo o cadastro também gratuito e com três passos a serem seguidos no momento da inscrição, que são: 1º: criar a conta com os dados básicos, 2º: detalhes básicos, 3º: parceiro - isto é - para este último passo deverá ser inserido os dados que interessa do futuro parceiro.

Para a maior parte dos sites de namoro há a seleção, no momento da busca, pela opção de idade, como no caso dos *chats*, podendo, neste caso, o interessado selecionar a faixa etária

de sua preferência, sendo normalmente visualizado da seguinte forma: “idade: de (anos) à (anos)”. Além das alternativas de busca mencionadas, outras que poderão ser disponibilizadas incluem: “sexo (se é homem ou mulher)” e “Estado / País”.

É importante salientar que o número de sites e propostas de encontros pela *web* é muito grande, não se esgotando as opções aqui mencionadas, bem como as páginas serem muito dinâmicas para esse tipo de interação, podendo ter uma nova alternativa de site ou página a cada dia, ou de características alteradas nos sites.

Para cada um dos sites de relacionamento citados, também há características específicas, quanto às cores representativas, nas páginas, bem como por diversas informações gerais de notícias, consultas, fotos, esportes, propagandas, diversões, campos de preenchimento de dados para cadastro, sendo que cada um carrega consigo um dinamismo muito grande, no sentido de alteração dos *links* de propagandas, propostas e fotos, momento a momento, dia a dia, podendo cada frase ou foto visualizada de algum produto, por exemplo, se expandir ao passar com o mouse em cima e ser alterada no minuto seguinte, disponibilizando a opção de abertura de novas páginas e novas consultas, assim como novos usuários sendo inseridos a cada dia que passa.

O *match.com*, site utilizado para o estudo em pauta, é uma das maiores salas de namoro hoje disponibilizada pela Internet brasileira, de livre acesso e gratuita, que pode ser acessada tanto por meio do *link*: <http://chat.terra.com.br/> ou <http://www.match.terra.com.br/> ou ainda pela página do portal Terra - <http://www.terra.com.br/portal/>. Para se ter acesso a este site de encontros, não é necessária a criação de um perfil de identificação, dependendo da forma como ele for acessado. No caso desta pesquisa, foi criado um perfil fictício - *fake* - como forma de obter acesso à visualização das fotos, perfis, particularidades e detalhamentos disponibilizados pelas mulheres entre 40 e 50 anos, que se cadastram na plataforma, à procura de um parceiro afetivo amoroso, como também pela curiosidade em descobrir como se cadastrar em um site de relacionamentos, até então desconhecido.

Para o caso de se acessar o site por meio do <http://chat.terra.com.br/> dever-se-á entrar pelo *link* “Almas Gêmeas” - opção disponibilizada na primeira página. Para a segunda opção <http://www.match.terra.com.br/>, abrir-se-á na primeira página o acesso ao *match.com*, ou ainda quando clicado em “*dia-a-dia*” e “*namoro*”, diretamente pelo portal Terra - <http://www.terra.com.br/portal/>.

Para qualquer uma das alternativas, ter-se-á à disposição, todas as características pessoais expostas no site, por aqueles que se inscreveram no *match.com*. A preferência quanto

à visualização das fotos e delineamentos de cada perfil inscrito pelas mulheres na faixa etária pesquisada, será explicitada nos capítulos seguintes, onde será detalhado o site.

Como citado anteriormente, a maior parte dos sites de namoro, além do *match.com* é gratuita, dando a opção, para o usuário, da liberdade de acesso, num primeiro momento, podendo o interessado se aprofundar nos detalhamentos de cada perfil, caso haja interesse, optando pela compra dos serviços oferecidos pelo site, se esta for a sua proposta.

A quantidade de pessoas conectadas num site de relacionamentos, seja nos específicos de namoro ou nos *chats*, varia de acordo com o número de pessoas cadastradas e aquelas que estão *on line*, bem como os horários de conexão, podendo variar numa sala de *chat*, por exemplo, de 1.000 a 10.000 pessoas virtualmente conectadas, dependendo do horário. Para os sites específicos de namoro, normalmente o site disponibiliza a opção, no perfil da pessoa, se ela está *on line* ou não, podendo ter também, uma grande variedade de pessoas *on line*, como nos *chats*.

Quanto às idades dos usuários frequentadores de sites de namoro, a faixa etária costuma variar entre 14 e 90 anos, sendo que alguns dispõem avisos sobre legislação para menores de idade, enfatizando a proibição do acesso a pessoas que não cumpram com os requisitos propostos, principalmente para produtos relacionados a sexo, onde não poderão ser incluídos textos e imagens proibitivos para menores de idade. Porém, não há um controle efetivo quanto ao acesso e cadastro de pessoas menores de idade, podendo estes “aceitar” os termos do contrato exposto nas páginas, se houver, ou ter livre acesso. Alguns sites limitam a idade mínima de 18 anos, porém, como citado, esta alternativa não é regra, tendo uma variedade muito grande de opções na Internet para relacionamentos amorosos, sem um controle efetivo quanto a menores de idade se cadastrando e acessando as páginas, inclusive com sites disponibilizando fotos e vídeos com cenas consideradas “obscenas” e totalmente abertas ao público, com liberdade para todo aquele que se propuser a acessar a Internet e da forma como lhe convier.

O portal Terra, chamado anteriormente de ZAZ, disponibiliza uma das maiores opções de namoro pela Internet brasileira, o *match.com*, que possui hoje, aproximadamente, 50 milhões de acessos por mês, estando presente, em países como Argentina, Costa Rica, Chile, Colômbia, El Salvador, Equador, Espanha, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Peru, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela, abrangendo uma infinidade de consumidores, interagindo e se relacionando no mundo virtual, podendo, para cada uma dessas localidades, o usuário que estiver no Brasil, ter acesso, pela página principal do portal.

No início do surgimento da Internet brasileira, quando ainda não havia uma grande representatividade de pessoas conectadas em redes virtuais de encontro e nem de opções interativas, ou de consulta a informações, esta se restringia somente às empresas, invadindo, logo após, o espaço acadêmico. Hoje, a Internet está inserida também nas residências, transformando as relações sociais do dia a dia em coletividades, nas chamadas redes sociais coletivas, espaço onde os indivíduos convivem e interagem normalmente com cada pessoa, transfigurando-se não somente pela palavra escrita, mas também pelas simbologias de um espaço virtual, numa representatividade de diversos papéis, seja em atividades profissionais, ou em residências, nos múltiplos contextos da vida pública e privada, com a comunidade eletrônica participando de um “reencantamento” do mundo, numa aproximação dos povos, por meio das novas tecnologias, conforme elucida Maffesoli, em entrevista para Zero Hora,

Num primeiro momento, acreditamos que as novas tecnologias seriam a negação da sociabilidade. Sociólogos como Max Weber, por exemplo, falaram do desencantamento do mundo. Em *O Fundo das Aparências* falo justamente que as novas tecnologias promovem o reencantamento do mundo. (...) A Internet é uma forma de reencantamento. Coloca os quatro cantos do mundo em comunhão (MAFFESOLI, 1995).

Segundo o autor, as plataformas disponibilizadas na Internet, bem como as características do dinamismo efervescente da *web*, estabelecem relações sociais não fixas, numa aproximação entre os quatro cantos do mundo, local onde não há como se constituir contatos físicos, característica da chamada virtualidade, conforme exemplifica Lévy,

Quando uma pessoa, uma coletividade um ato, uma informação se virtualizam, eles se tornam ‘não presentes’, se desterritorializam. Uma espécie de desengate os separa do espaço físico ou geográfico ordinários e da temporalidade do relógio e do calendário. É verdade que não são totalmente independentes do espaço-tempo de referência, uma vez que devem sempre se inserir em suportes físicos e se atualizar aqui ou alhures, agora ou mais tarde. No entanto a virtualização lhes fez tomar a tangente (LÉVY, 1996, p. 21).

O espaço virtual é um espaço sem fronteiras, ativo e ilimitado, abrangendo uma infinidade de pessoas que entram e saem dos *chats* ou dos sites de namoro, identificados pelos seus *nicks* e fotos - símbolos fundamentais no processo de sociabilidade na *web*, tendo como objetivo aproximar-se de pessoas que tenham os mesmos interesses, assim como pela procura do seu par amoroso, pela disponibilização de várias opções, hoje disseminadas em larga escala pela Internet brasileira, permitida pelo dinamismo de um computador, num bate-papo

informal, podendo gerar formas mais profundas de relacionamento, ou não. É a comunicação “todos-todos”, identificada por Levy,

A comunicação se desdobra aqui em toda sua dimensão pragmática. Não se trata mais apenas de uma difusão ou de um transporte de mensagens, mas de uma interação no seio de uma situação que cada um contribui para modificar ou estabilizar, de uma negociação sobre significações, de um processo de reconhecimento mútuo dos indivíduos e dos grupos via atividade de comunicação. O ponto capital é aqui a objetivação parcial do mundo virtual de significações entregue à partilha e à reinterpretação dos participantes nos dispositivos de comunicação todos-todos (LEVY, 1996, p. 21).

A chamada “era da virtualidade” ocupa, hoje, um espaço até então preenchido pelas relações fixas e presenciais, refletindo parte de uma nova relação social, em que o principal objetivo é conhecer pessoas, com a possibilidade de novos internautas inserirem seus perfis, na busca incessante de novos relacionamentos, amizades, namoro, casamento, bem como para adquirir informações e consultas, em um ambiente não mais fixo.

Jungblut (2004) refere-se ao espaço virtual como fazendo parte de um tipo de comunicação que é feita pela Internet - base para o processo de comunicação - por meio de computadores, na chamada “comunicação mediada por computador”, conforme mencionado,

O virtual que ocorre na Internet depende, fundamentalmente, do tipo de comunicação experimentado pelos homens que operam esses computadores. Logo, quando falamos em coisas como relações virtuais na Internet, não estamos falando propriamente em Internet, mas, sim, em “comunicação mediada por computador” ou, como outros também chamam, “telemática” (comunicação à distância através da informática) (JUNGBLUT, 2010).

Este mesmo autor ainda se refere à linguagem virtual escrita, como fazendo parte de uma otimização dos processos de interlocução mediadas pelo computador, sendo o texto escrito, um dos elementos constitutivos da Internet,

Uma das coisas que (...) fica evidente através desse exercício contrastivo é esta considerável otimização que a linguagem escrita provoca nos processos de interlocução via comunicação mediada por computador. O uso maciço do texto escrito digitalizado é, aliás, um dos elementos constitutivos da Internet, tal como ela se encontra atualmente. Isso ocorre porque o texto escrito quando codificado em bits é, segundo Brian Kahin (1997, p. 65), “100 vezes mais eficiente do que a voz para transportar a mesma informação, e pode usar a mesma infra-estrutura básica” e, além disso, “os custos de acesso e recuperação da informação são reduzidos à medida que a informação recuperada se torna mais valorizada, porque ela pode ser prontamente encontrada e editada”. Essa realidade tem feito com que alguns analistas considerem a Internet como uma espécie de ressuscitadora do texto escrito. (...) (JUNGBLUT, 2010).

O uso da Internet no Brasil, bem como em outros países, se expandiu muito rapidamente. Segundo dados do Ibope Nielsen Online, no quarto trimestre de 2009, o acesso, no Brasil, cresceu 1,7%, em relação ao terceiro trimestre do mesmo ano, chegando ao número de 47 milhões de pessoas conectadas, sendo deste total, 36,7 milhões de usuários ativos em fevereiro de 2010. Quanto à velocidade da Internet, enquanto o rádio precisou de aproximadamente 40 anos para se expandir e atingir o número de 50 milhões de usuários, ela precisou de apenas 04 anos.

A *web* oferece várias vantagens aos seus usuários e isso justifica a sua popularidade. As ferramentas usadas, hoje, como as citadas anteriormente, podem ser utilizadas para desenvolver interações sociais, bem como abrir possibilidades para um universo que até então estava oculto: o descobrimento de simbologias representativas, de um novo modelo, o virtual.

A figura, a seguir, expõe dados estatísticos de setembro de 2009, quanto ao uso da Internet em diferentes regiões mundiais, destacando a Ásia como líder no número de usuários, com mais de 400 milhões, seguido da Europa com 320 milhões de internautas e logo após as Américas. Os Estados Unidos lideram o *ranking* mundial, com um percentual de 69,50% da sua população, representados por mais de 200 milhões de pessoas conectadas.

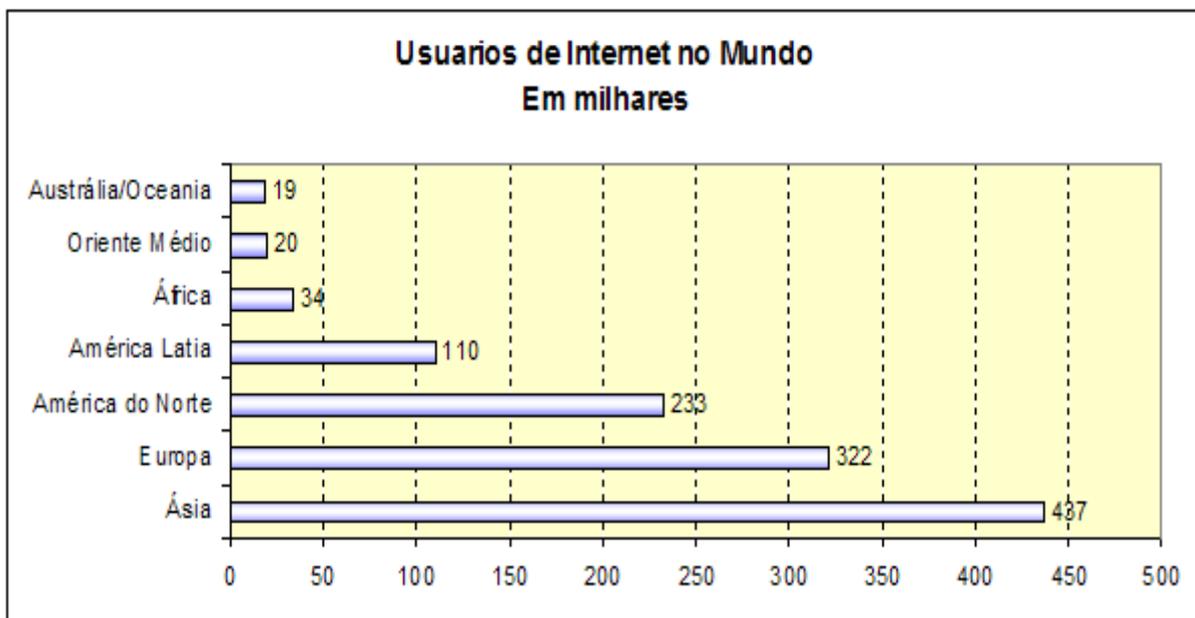


Figura 1 - Dados estatísticos quanto ao uso da Internet nos diversos continentes

Fonte: Altermann (2010)

As respostas que podem ser dadas ao aumento veloz da Internet e com tal importância às sociedades são diversas, como a possibilidade que os usuários têm de obter infinitas

informações por meio dos sites disponíveis na *web* e também à diversidade de pessoas conectadas que se dispõem a conhecer e interagir com outras, num processo de construção de novos relacionamentos, com tantas possibilidades surgindo, em uma forma de transformação da História e do cenário social. Neste sentido, segundo Levy (1999), as tecnologias da informação são,

(...) responsáveis por entender de uma ponta a outra do mundo as possibilidades de contato amigável, de transições contratuais, de transmissão do saber, de trocas de conhecimentos, de descoberta pacífica das diferenças, representando não apenas mais uma tecnologia da informação, mas um verdadeiro veículo de socialização". (LEVY, 1999, p. 14).

A Internet tornou-se, com o decorrer dos anos, um veículo de socialização, sendo as novas tecnologias, responsáveis, tanto por novos conhecimentos e informações, como pelo dinamismo atual das relações sociais, desfrutadas por meio de uma rede de computadores, podendo expressar, além de palavras digitalizadas, diversas simbologias características de um ambiente virtual, demonstrando interesses, vontades, desejos e comportamentos que outrora eram expressos somente face a face.

4 DETALHAMENTO DA PLATAFORMA MATCH.COM

A forma dinâmica como ocorrem as interações sociais via *web* e os motivos pelos quais os interessados se conectam em sites de relacionamentos são inúmeros. Entre os diversos motivos, podem ser citados: Distração, diversão, bate-papo informal, conhecer pessoas, fazer novas amizades, evitar solidão, namoro virtual, sexo virtual, comprometimento mais sério, dentre outros.

A maneira como os internautas buscam esses relacionamentos, pode ser considerada por alguns até como “fria”, sem um contato face a face, mas que desperta a atenção daqueles que consideram este novo meio um entretenimento descontraído, mesmo com as possíveis incertezas que ele possa trazer. Bauman (2004) discorre sobre esta atividade recreativa, mencionando que: “Na medida em que a geração amamentada pela rede ingressa em seus primeiros anos de namoro, o namoro pela Internet está decolando. E não se trata de um último recurso. É uma atividade recreativa. É diversão” (BAUMAN, 2004, p. 84). Ou ainda, referindo-se à facilidade de se entrar e sair de um relacionamento virtual, no líquido cenário da vida moderna, diferentemente dos relacionamentos antigos, presenciais, de longo prazo, considerados duradouros, este autor afirma:

Elas são “relações virtuais”. Ao contrário dos relacionamentos antiquados (para não falar daqueles com “compromisso”, muito menos dos compromissos de longo prazo), elas parecem feitas sob medida para o líquido cenário da vida moderna, em que se espera e se deseja que as “possibilidades românticas” (e não apenas românticas) surjam e desapareçam numa velocidade crescente e em volume cada vez maior, aniquilando-se mutuamente e tentando impor aos gritos a promessa de “ser a mais satisfatória e a mais completa”. Diferentemente dos “relacionamentos reais”, é fácil entrar e sair dos “relacionamentos virtuais” (BAUMAN, 2004, p. 12-13).

Diante dessa nova forma de sociabilidade, por meio das relações sociais no ciberespaço, abrangendo as mais distantes localidades do mundo todo, a virtualização usa novos espaços e tempos, inventando velocidades com interações sociais, não mais materializadas e, sim, digitalizadas, mesmo com todos os riscos e ansiedades possíveis, em nosso “líquido mundo moderno” (BAUMAN, 2004).

O computador passa de um simples objeto funcional a uma ferramenta da vida cotidiana das pessoas, reunindo diversos indivíduos em torno de sites de relacionamentos, possibilitando um contato mundial, outrora não possível.

Lévi (1996) faz referência ainda ao ciberespaço e à suscetibilidade social interativa, hoje, como sendo concretizada por novas tecnologias, sendo o computador um gerador de fronteiras sócio-culturais num novo e fecundo ambiente, onde as subjetividades se desterritorializam.

Após um mergulho no ciberespaço e do descobrimento dos mais variados sites de relacionamentos disponibilizados na Internet brasileira, a partir desse momento, é relevante fazer uma descrição da plataforma *match.com* e, logo após, da identificação das fotos e perfis de mulheres que se cadastram em uma das maiores salas de encontro disponibilizada, hoje, de livre acesso, utilizada para a presente pesquisa, podendo ser encontrada, conforme mencionado anteriormente, por meio dos sites: <http://chat.terra.com.br/> ou <http://www.match.terra.com.br/> ou ainda pela página do portal Terra: <http://www.terra.com.br/portal/>.

Quando o acesso à página for feito pela primeira opção - <http://chat.terra.com.br/> - deverá ser “clicado” no link “Ver fotos” na opção “Almas Gêmeas”, conforme Figura 2. Para este caso, não haverá a necessidade de identificação por meio de *nick* e senha criados anteriormente, podendo as páginas de fotos se abrirem normalmente, sem a necessidade de se identificar.



Figura 2 - Acesso 1

Fonte: Portal Terra (2010a)

Se a seleção for feita diretamente pelo *link* “Almas Gêmeas”, a próxima página que deverá se abrir será do cadastro para preenchimento dos dados. Se o cadastro já tiver sido feito, anteriormente, deverá ser “clicado” em “Já é membro?” e “entre”, opções estas bem acima da página e à direita, conforme exemplificado na Figura 3, sendo, para este caso, necessária a identificação do *nick* e senha, criados anteriormente.

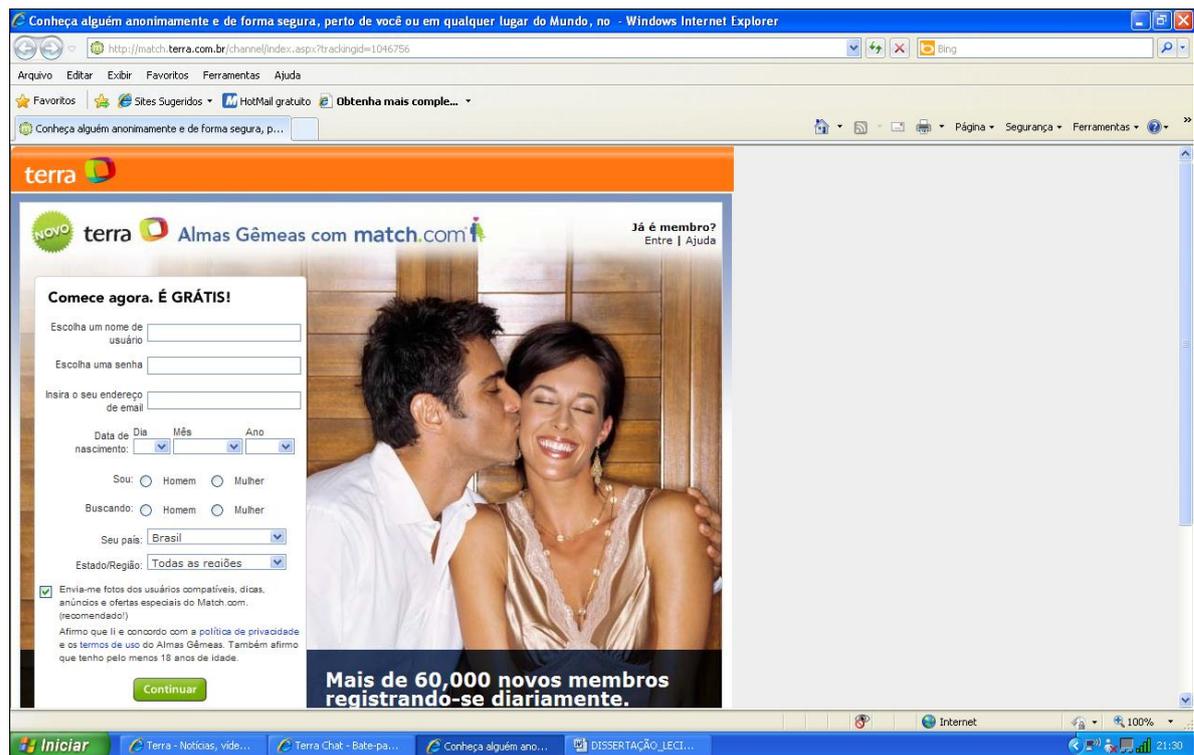


Figura 3 - Acesso 2 - Almas Gêmeas

Fonte: Portal Terra (2010b)

Quando da identificação pelo *nick* e senha, por meio do *link* “Almas Gêmeas”, no momento em que é feita a visualização das fotos e dos perfis das mulheres, será visualizada também, acima da página e à direita, uma saudação de “boas vindas”: “*Bem-vindo Mancha173*”.

Também poderá ter acesso ao *match.com*, todo aquele que acessar a plataforma pela segunda opção - <http://www.match.terra.com.br/> - sendo que, para este caso, também a página dos dados para cadastro se abrirá com as mesmas opções citadas na primeira alternativa: “Já é membro?” e “entre”, ou se ainda não estiver preenchido um perfil de identificação, deverá ser feito o cadastro, neste momento, com a digitação dos dados.

Para o terceiro caso, pelo portal Terra - <http://www.terra.com.br/portal/> - o acesso às páginas de fotos deverá ser por meio do *link* “dia a dia” e, logo após, de “namoro”, opções estas disponibilizadas bem acima da página e à direita, conforme Figura 4.

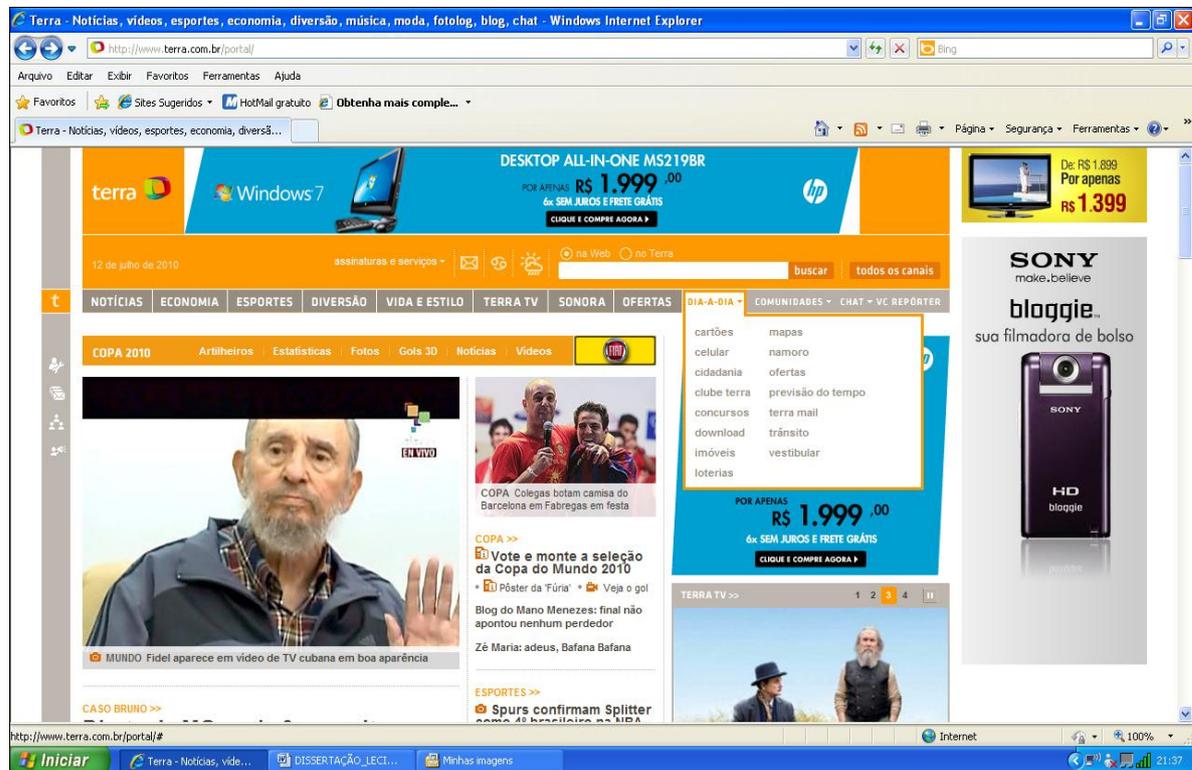


Figura 4 - Acesso 3 - Portal Terra

Fonte: Portal Terra (2010c)

Quando do acesso às páginas, é possível selecionar as idades e que tipo de busca está sendo feita, se a preferência é por “homem” ou “mulher”, na seleção: “Sou (homem ou mulher)” e “Busco (mulher ou homem)”, “entre (idade) e (idade)”, logo abaixo da foto de um casal, abaixo do *link* “Almas Gêmeas”, conforme Figura 2. É interessante salientar que esta foto, do *link* “Almas Gêmeas”, de todos os acessos feitos, nunca se alterou, dando a percepção de que este pode ser um dos padrões do site, como a cor predominantemente laranja e azul, no caso da primeira página do portal Terra.

São disponibilizadas 34 páginas de fotos e perfis para serem visualizados no *match.com*, sendo este número especificado bem acima da primeira página das fotos e à direita. Porém, um padrão se mantém que é a de não disponibilizar mais de 34 páginas para serem visualizadas, mesmo que o site possua mais fotos cadastradas para visualização, concluindo que o *match.com* vai alterando as fotos, aleatoriamente, nas páginas. É um número

máximo de páginas estipulado pelo site para visualização, sendo que cada uma disponibiliza 15 fotos. Ainda, este dado de 34 páginas disponíveis poderá ser alterado para menos, não para mais, caso seja selecionada a idade, região de moradia, cidade ou ainda especificada a quilometragem de distância, a partir do local de acesso, podendo diminuir o número de páginas. Exemplo: Uma seleção foi feita para a visualização de mulheres de 55 a 65 anos e selecionada a região do Rio Grande do Sul, diminuindo, neste caso, o número de páginas para 33 e mantendo-se as 15 fotos em cada uma delas.

Num primeiro momento da pesquisa, não foi feita nenhuma seleção de localidade, sendo visualizadas as fotos e os perfis de mulheres, de todas as regiões do Brasil. Porém, a partir de um segundo momento, até para dar início ao estudo, foi selecionada a região do Rio Grande do Sul, com o limite de distância de 50 quilômetros, a partir de Porto Alegre, conforme mencionado na introdução deste estudo.

A maioria das mulheres disponibiliza mais de 01 foto em seu perfil - sendo que de todos os acessos feitos, foram visualizadas, no máximo, 26 fotos para cada perfil - podendo este dado se alterar, à medida que elas inserirem mais fotos - e tendo essas à disposição, quando “clicado” bem abaixo da primeira foto.

A primeira foto disponibilizada no site poderá ser considerada, pelas mulheres observadas, como a mais “bonita” ou a mais “atraente” no que diz respeito a servir de “isca” para todo aquele que acessar a página e que poderá se interessar por ela, já que a proposta do *match.com* é de encontrar um parceiro amoroso. Cabe aqui ressaltar que *match* - palavra em inglês - pode ser traduzida para o português, dependendo do contexto, por “encontro”, “casamento” ou, ainda, “aliança”.

A quantidade de fotos que cada uma das mulheres disponibilizará na página, poderá variar de acordo com o interesse pessoal. As fotos também podem ser em preto e branco, ou coloridas, todas classificadas, pelo site, da seguinte forma (opção esta visualizada acima de todas as fotos dos perfis da página): pela “busca original” do site, por “fotografias”, “idade”, “data do último *login*”, “nome do usuário” - seleção por ordem alfabética e “perfis mais recentes” - aquelas que se cadastraram por último, sendo que a cada momento ou dia de acesso às páginas, as fotos estarão disponibilizadas aleatoriamente, não mantendo uma sequência ou padrão inicial, a não ser que seja escolhida a opção de classificação delas, conforme mencionado. Também, outra opção é disponibilizada para mostrar somente usuárias que estão *on line*, *link* este disponível bem acima da página das fotos e ao lado direito da classificação dos perfis. Se não for selecionada esta opção, aparecerá automaticamente, para cada um dos perfis, ao lado da foto principal, se a pessoa está *on line* ou não, ou quantas horas

se passaram do último acesso dela no site - sendo as letras, neste caso, visualizadas na cor vermelha “*on line agora*”.

Três caixinhas, ainda abaixo da primeira foto do perfil das mulheres, são visualizadas, com as especificações quando se passar com o mouse em cima. São elas: “*enviar-lhe uma mensagem*”, “*enviar-lhe uma piscadinha virtual*” e “*salvar em favoritos*”. Para ter acesso às duas primeiras opções será necessária a compra dos serviços *match.com* que estará disponível na página seguinte, em 04 alternativas de pacotes: “*Pacote Estrela*”, “*Pacote Semestral*”, “*Pacote Trimestral*” ou “*Pacote mensal*”. Como a proposta da presente pesquisa foi de visualização e observação das fotos, perfis e das características disponibilizadas pelas mulheres, no site, por meio da pesquisa etnográfica, não foi necessária a compra de nenhum dos serviços oferecidos.

Ao lado e à direita da página inicial do *match.com*, com as 15 primeiras fotos disponibilizadas, é visualizada uma caixa na cor azul com a opção de se refinar a pesquisa, caso haja interesse, muito parecida com a do link “*Almas Gêmeas*”, porém, neste último caso, mais detalhada. As alternativas são: “*Sou (homem ou mulher)*”, “*Buscando (mulheres ou homens)*”, “*On line agora*”, “*Apenas fotos*”, “*Dentro de (número de quilômetros)*” - raio de distância, “*País*” e “*Estado/Região*” - tendo a seleção de todas as regiões do Brasil - e a opção: “*Buscar*”. Também poderá ser visualizada uma caixa deste mesmo padrão, com fundo azul e letras pretas, do lado esquerdo das fotos, com a alternativa de preenchimento dos dados para assinatura no ParPerfeito - outra opção de site de encontros que será melhor detalhada, a seguir.

Quando se “*clique*” em cima de uma das fotos disponibilizadas na página, poderá também ser visualizada outra página com a foto dessa mesma pessoa cadastrada e mais algumas caixas de mensagens, em branco, para serem preenchidas com um perfil mais detalhado da pessoa que acessou o site e que se interessou por ela. Esta alternativa se for efetivamente utilizada com o interesse da pessoa e com o preenchimento dos dados, será finalizada na compra dos serviços *match.com*. Alguns dados perguntados pelo site, para este caso, são: “*O que você faz para se divertir?*”, “*Locais na sua cidade ou destinos de viagem favoritos?*”, “*Minhas preferências e assuntos favoritos*”, “*Qual foi sua última leitura?*”, “*Quais esportes e exercícios físicos você gosta?*”, “*Quais interesses ou atividades você gostaria de dividir com seu futuro parceiro?*”.

Há, ainda, outras opções do site, que também só podem ser acessadas e visualizadas quando da assinatura pelos seus serviços, e a frase no caso de se tentar acessar o link será: “*Esta ferramenta só está disponível para assinantes*”. Como a presente pesquisa foi etnográfica, acerca do perfil de mulheres que ali se cadastram, sendo analisada a forma como elas se apresentam no

site, a opção de acesso às fotos e aos perfis das mulheres na faixa etária selecionada, pôde ser feita pelo *link*: “*Ou visite o perfil de (nick ou username)*”, opção esta disponibilizada bem acima da página, quando do acesso ao restante dos dados, fotos e características das mulheres, podendo, por meio deste último *link*, se ter acesso a todo o perfil desejado de cada uma delas, a partir da identificação de nome do usuário e senha criados anteriormente.

Outra alternativa de site gratuito, conforme citado anteriormente, e que tem parceria com o *match.com*, poderá ser oferecida quando do acesso às páginas de fotos, chamado “ParPerfeito”. Esta página é aleatória e nem sempre se abrirá. Quando a opção for feita pelo “ParPerfeito” deverá ser “clicado” na frase: “*Mude agora para o ParPerfeito, o maior site de relacionamentos do Brasil!*”, quando da visualização de uma das páginas do perfil das mulheres, bem acima da sua foto maior. Nesta página, do “ParPerfeito”, a frase de chamada poderá ser ainda: “*Os dois maiores serviços de namoro on line, Match.com e ParPerfeito, se uniram para aumentar as suas chances de encontrar o seu grande amor!*”. Esta página, pode ser visualizada na Figura 5. Bem no final da página e em letras de pequeno tamanho é disponibilizada a opção para todo aquele que preferir permanecer no *match.com*, que deverá “clicar” no *link* “Continuar no *match.com*”, voltando, a partir desse momento, à página de fotos anteriormente selecionada.

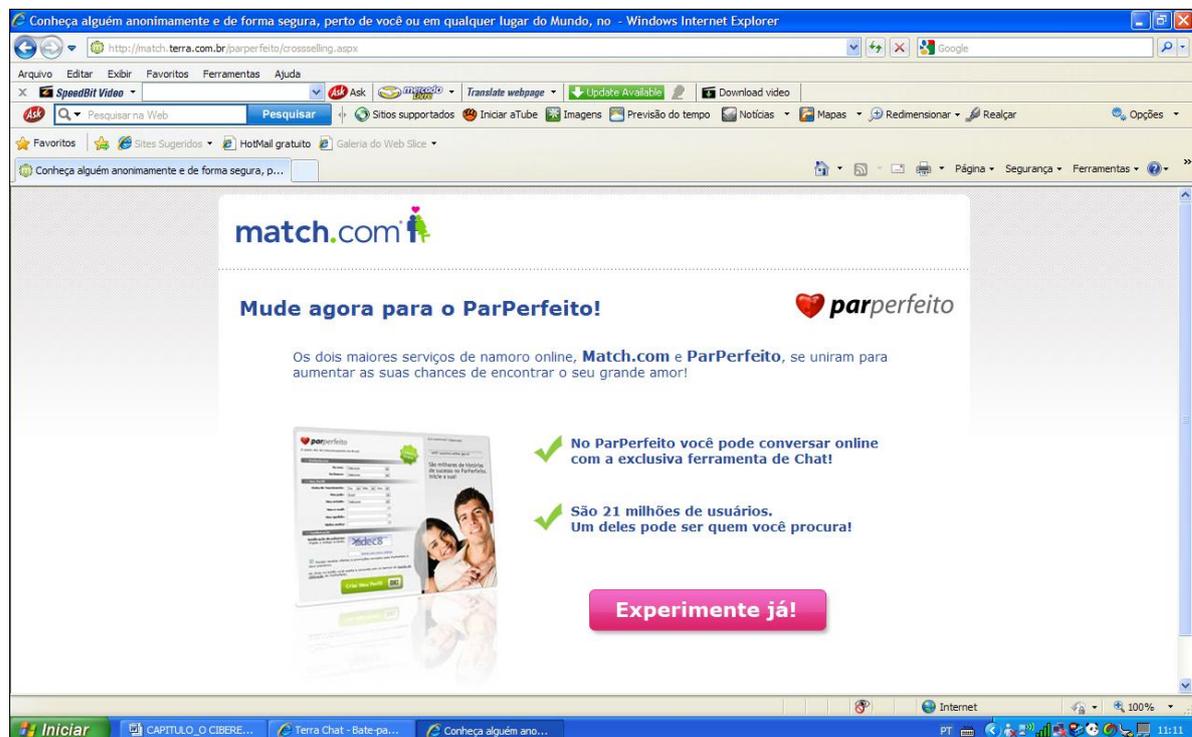


Figura 5 - Par Perfeito

Fonte: Portal Terra (2010a)

Outra escolha disponibilizada pelo site poderá ser feita para uma avaliação de personalidade, por meio de um questionário com aproximadamente 20 perguntas, que variam desde as características pessoais da pessoa que criou o seu perfil, até gostos, desejos, anseios, aspirações e também alguns testes do “tipo psicotécnico”, com figuras geométricas, que ao se chegar ao final do preenchimento deste, será visualizada uma página com um longo texto detalhando o perfil da pessoa que respondeu às perguntas, e com um gráfico representativo do “*Seu tipo primário e secundário de personalidade*”, conforme exemplificado na Figura 6.

Ainda nesta avaliação de personalidade, no final da página, poderão aparecer fotos de mulheres que se adequam à personalidade daquele que preencheu o questionário, sendo que a quantidade de fotos que serão disponibilizadas poderá variar, dependendo do número de pessoas que se encaixem no perfil. No momento de preenchimento e finalização dos dados feitos pela pesquisadora, 04 fotos foram selecionadas, sendo que, ao passar com o mouse em cima de cada uma delas, visualiza-se a região de moradia de cada uma. Esta opção de avaliação de personalidade é gratuita até o final do preenchimento dos dados. Porém, caso haja interesse em um maior aprofundamento de informações e de relacionamento, com mais elementos da pessoa interessada, deverão ser comprados os serviços do site.

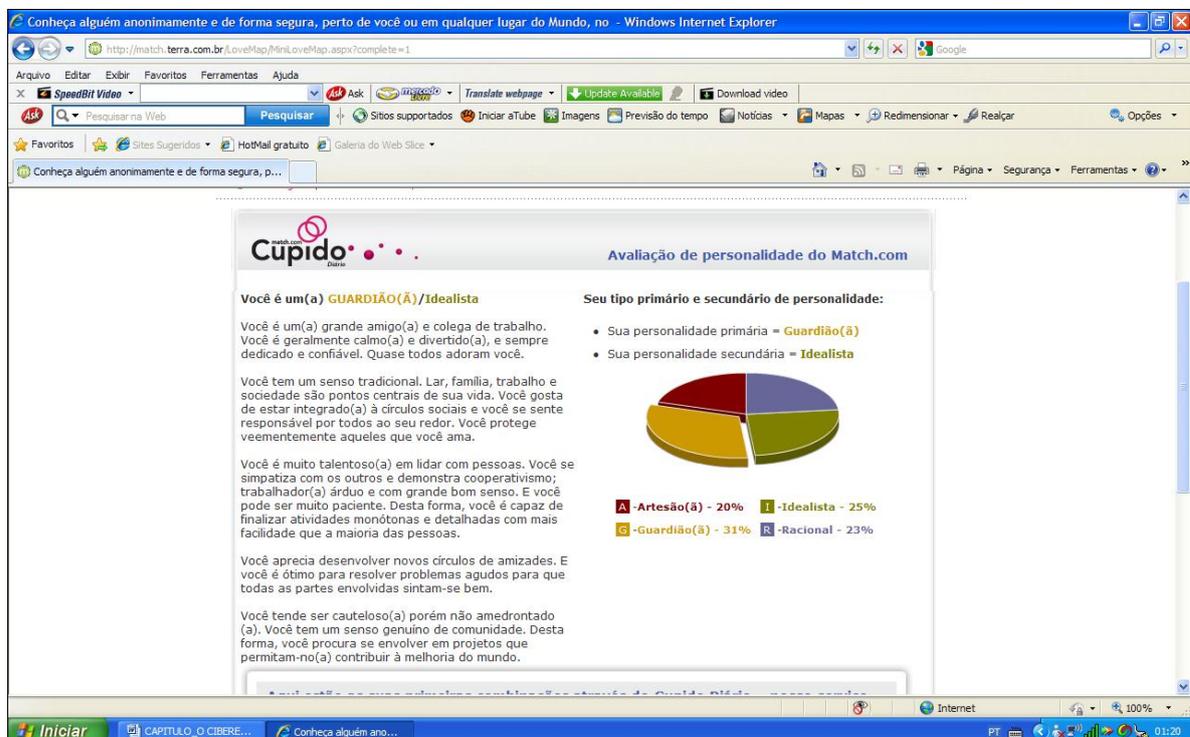


Figura 6 - Avaliação de Personalidade

Fonte: Portal Terra (2010a)

Outra opção do site disponível na página de cada um dos perfis visualizados é: “enviar um email agora” - alternativa esta que também só poderá ser efetivada a partir da compra de um dos pacotes oferecidos pelo site.

Outras peculiaridades da página inicial do *match.com*, que a princípio não se alteram, ainda são aqui citadas, para o entendimento do leitor de que o site parece cultivar o interesse de manter um padrão das páginas, como por exemplo, a barra laranja, bem acima de cada uma das páginas iniciais. Ainda, na parte de cima da primeira página de acesso e logo abaixo da barra de cor alaranjada, o logotipo de identificação do site pode ser visualizado: *match.com*. Logo abaixo deste, uma barra na cor azul escuro, na horizontal e com letras brancas segue com as opções: “Minha página inicial” - que ao se “clique” neste *link*, voltará para a página anterior; “Buscar” - opção para localizar perfis com busca personalizada; “Cupido diário” - podendo ser visualizada a frase: “*Você está pronto (a) para experimentar o seu Cupido Diário? Complete o seu perfil gratuito para que possamos conhecer-lhe melhor*”. Para este caso, o site poderá disponibilizar fotos e perfis de pessoas que foram selecionadas, anteriormente, como de “futuro interesse” que serão os “Cupidos Diários”. Outras opções são ainda: “Meu perfil” - para este, será visualizada uma página, ou com campos em branco para serem preenchidos com os dados do perfil, ou, se já efetuado o cadastro, com as opções para editar o perfil. São elas: “Editar Perfil”, “Incluir / Editar foto” ou ainda “Quem conferiu meu perfil” e “Meus resultados do teste de personalidade”; e por último, “Como funciona match” - apontando as formas de acesso ao site e o seu funcionamento, com a frase, neste último caso, em letras grandes e azuis: “**Encontrar o amor agora é fácil com Match.com!**”.

Outra característica disponibilizada, quando do acesso a cada uma das páginas das fotos e perfis, pode ser visualizada à direita da página, por 02 gráficos de pizza com dados representativos das duas pessoas, isto é, daquele que está acessando a página e da pessoa que cadastrou seu perfil anteriormente, para ver se há alguma identificação ou ligação de interesse daquele que está conectado naquele momento com a outra pessoa já cadastrada, sendo que a primeira poderá estar *on line* ou não. Essa identificação no gráfico de pizza é feita pelo site pelos dados já inseridos e criados anteriormente.

O site ainda disponibiliza 04 formas de identificação dos perfis cadastrados. A especificação dada para o perfil - Mancha173 - após o preenchimento dos dados e do questionário citado anteriormente, foi: “Você é um Guardiã Idealista”, conforme Figura 6, ainda especificando as características do perfil, como sendo:

“O tipo Guardião não é informal em seus relacionamentos - ele respeita valores morais, tradições, lealdade e regras. Com suas excelentes habilidades sociais e objetivos mútuos, juntos, os Guardiões desenvolverão uma porção de amigos próximos. Se você está procurando por alguém para apresentar à sua família, esta é a pessoa ideal”.

Seguindo com a barra de rolagem, ou com o cursor para baixo da página, ainda à direita, outro *link* pode ser visualizado, abaixo dos gráficos de pizza, especificando a seguinte frase: *“Leia mais sobre vocês dois”*. Quando selecionada esta opção, poderá se abrir outra página com a visualização dos dois perfis - à esquerda o perfil da página e à direita o perfil daquele que estiver acessando naquele momento. Ali, constarão os detalhes de personalidade de cada um, tentando o *match.com* fazer uma comparação entre as duas pessoas e uma visualização das características dos dois, concomitantemente, como forma de melhor esclarecimento quanto aos interesses de um e de outro. Esses dados do perfil de cada pessoa são os inseridos no cadastro e no teste de personalidade, anteriormente preenchidos, sendo, neste último caso, visualizados dois quadros, um à esquerda e um à direita, com suas respectivas fotos e características individuais. São 04 as características que o site disponibiliza para cada perfil inserido no site:

“Artesão: Conhecido por sua energia, grande criatividade e espontaneidade. Sempre em busca de novidades, risco e prazer. Curioso intelectualmente e não se deixa envolver por opiniões alheias. Idealista: Destaca-se por sua visão macro, planejamento a longo prazo e poder de criação de consenso. Uma pessoa intuitiva que é flexível, com facilidade verbal e de socialização. Imaginativo, empático e carinhoso. Guardião: Normalmente muito popular. Muito apegado ao lar e à família. De conduta calma e de baixa ansiedade. É consistente com frequência, leal e protetor. Racional: Audacioso, original, direto e criativo. Uma pessoa não conformista. Talentoso em pensar abstratamente e planejar a curto prazo. Com frequência é positivo e um tanto competitivo. Seguro e eficiente”.

Essas 04 características de personalidade foram criadas e desenvolvidas pela Dr. Helen Fisher - Coordenadora Chefe Científica do site - Especialista em Ciência da Atração Humana, e que desenvolve suas pesquisas procurando mostrar que o ser humano está constantemente em busca de uma pessoa que o complete - contratada pelo *match.com*, para desenvolver o sistema de avaliação de personalidades disponibilizado no site. A explicação dada pelo site para o desenvolvimento de sua pesquisa e dos 04 tipos de personalidades

criados por ela, encontra-se especificado no *link* “Dr. Helen Fisher” logo acima dos dois gráficos de pizza que, quando “clicado” em cima de seu nome, será aberta uma nova página com a sua foto e com algumas explicações do seu trabalho, da sua especialidade e do teste de personalidade. A descrição para este caso será:

“O teste de personalidade do match.com foi desenvolvido pela doutora Helen Fisher, e usa sua pesquisa emergente para ir além das formas convencionais de testar personalidades com a finalidade de combinar pessoas baseada no entendimento mais amplo e profundo da biologia e comportamento. Apesar de sermos indivíduos com características únicas, pessoas parecem se enquadrar em tipos categóricos genéricos, estudados há 2.500 anos por Aristóteles e Platô. A Dr. Fisher nomeou estes quatro tipos categóricos como Artesão, Guardião, Idealista e Racional. As perguntas do teste são elaboradas para estabelecer alguns parâmetros básicos da composição química do seu corpo e cérebro; cientistas acreditam que tais parâmetros estão relacionados com aspectos específicos do temperamento e personalidade. Temos todos uma vasta mistura destes componentes químicos, no entanto, suas respostas auxiliar-nos-ão em medir com que grau sua personalidade se alinha diante destes quatro tipos de personalidades”.

Ainda abaixo deste último *link*, dos gráficos de pizza, um quadro verde pode ser visualizado, com a alternativa “PalavrasMatch” - “são palavras que as pessoas usam para se descrever” - frase visualizada em uma caixa de mensagem, na cor azul claro, e letras pretas, vista quando da posição do cursor no ponto de interrogação (?), ao lado de “PalavrasMatch”, especificando, ainda, a opção abaixo: “Clique em uma palavra para ver mais perfis com a mesma palavra”. Algumas dessas palavras visualizadas podem ser: “bonita”, “carinhosa”, “extrovertida”, “gentil”, “amiga”, “amor”, “aparência”, “inteligente”, “simpática”, “sincera”, “tranquila”, “forte”, “otimista”, “prática”, “responsável”, “romântica”, “sensível”, dentre outras, sendo que mais características podem ser acrescentadas pelos próprios frequentadores do site. Ao lado de cada palavra é visualizado um sinal de “+” e em seguida a frase: “clique em ‘+’ para adicionar essa palavra ao seu perfil”. Quando “clicado” sobre o sinal “+” poderá se abrir outra página com as mesmas opções de se refinar a pesquisa, citado anteriormente, só que neste caso, em uma caixa na horizontal, com o predomínio da cor verde claro e com a descrição: “A PalavraMatch que você está buscando é (palavra Match selecionada anteriormente)” e logo abaixo, ainda na mesma página, os perfis de mulheres que tenham colocado a “PalavraMatch” selecionada. O perfil e a página disponibilizada, neste caso,

deverão ser com as fotos do lado esquerdo e com os principais dados de cada uma das mulheres à direita. Os dados disponibilizados, serão: “*nick*”, “idade”, “mulher” (ou homem), “Cidade”, “Estado”, “Buscando” (homem ou mulher), “(idade a idade)” e logo abaixo, ainda de cada perfil, as “PalavrasMatch” citadas por elas, com a opção de, quando “clicado” em cima de cada “PalavraMatch”, poder abrir outros perfis com as mesmas palavras selecionadas.

Outra alternativa ainda disponibilizada e com a mesma proposta desta última, poderá ser visualizada na parte esquerda da página de identificação dos dados e fotos, só que desta vez, não com gráficos de pizza e, sim, com uma tabela com o seguinte título: “Coisas que vocês dois estão procurando”. Do lado esquerdo dessa tabela estarão as “Coisas em que seu par combina com você” e do lado direito as “Coisas em que você combina com seu par”. Essas “coisas” dizem respeito a: “Idade”, “olhos”, “cabelo”, “origem étnica”, “religião”, “idiomas”, “altura”, “tipo físico”, “fumar”, “bebida”, “ocupação”, “salário”, “nível de escolaridade”, “estado civil”, se “gostaria de ter filhos”, se “tem filhos”, “dieta diária”, “pontos fracos”, “pontos fortes”, “política”, “esportes e exercícios”, “hábitos de prática de exercícios”, “animais”, “animais de estimação” e “outros interesses”. Para cada um destes itens aparecerá uma “bolinha” na cor verde claro, ou do lado esquerdo, ou direito ou, ainda, dos dois, de cada um dos itens citados, conforme as combinações dos detalhes, sendo que, quando coincidirem as “bolinhas” da esquerda com as da direita, isto é, se as combinações forem recíprocas, ao lado da frase “Coisas que vocês dois estão procurando”, aparecerá o número referente à quantidade de “bolinhas” e “coisas” que combinam. Ex.: “13 Coisas que vocês dois estão procurando” - com 13 “bolinhas” verdes dos dois lados dos itens.

Ainda abaixo, outra frase pode ser visualizada: “*Comparar o perfil de vocês lado a lado é uma forma rápida de calcular uma boa química. Deseja mais detalhes?*” Nesta última opção: “*Deseja mais detalhes?*” é uma alternativa “a mais” que, no momento em que for feita esta seleção, deverá abrir outra página com um maior detalhamento de dados, como por exemplo, na idade estarão especificados os limites de idade de cada um dos dois perfis, ou nos olhos, apontando a cor dos olhos de cada um, e assim por diante, cor de cabelo, origem étnica, altura, religião, etc.

A partir das especificações particularizadas, até aqui, da plataforma *match.com*, a proposta de como efetivamente foi efetuada a pesquisa etnográfica, diz respeito à análise das fotos e ao detalhamento das características das mulheres, por meio dos seus perfis e peculiaridades disponibilizados nas páginas, procurando-se identificar como elas se apresentam no site. Ainda foi utilizada, para análise dos dados, a opção do site “*mais sobre mim*”, onde há um detalhamento maior de suas características e preferências, quando da

escolha pelo seu futuro pretendente. Algumas frases dispostas por elas, acima dos seus dados principais, foram também observadas, como forma de identificação e representação pessoal. Alguns exemplos neste último caso são: “*Uma pessoa interessante em busca de afinidade*”; “*Procuro alguém que não seja diferente e sim, que faça diferença*”; “*Sou mulher de olhos expressivos. Amo a vida e acredito no amor!*”. Logo abaixo destas frases, ainda na página do detalhamento de cada perfil, a pergunta que poderá seguir na sequência é: “você combinam?” - esta é uma opção que, quando selecionada com o cursor em cima do *link*, poderá a página ir direto para as características daquela pessoa.

Outra alternativa pode ser visualizada na página, sobre o interesse no futuro par ideal. Esta opção está disposta no site, a partir da frase: “*Sobre meu par ideal*” - sendo que, para este caso, deverão ser especificadas as características de importância que elas buscam no seu futuro parceiro, produzindo a ideia de que a partir do perfil especificado por elas para seu companheiro desejável, poderá, ou não, ser compatível com o perfil da pessoa que está acessando naquele momento, ou que virá a acessar futuramente a página. Porém, vale ressaltar, que o estudo não foi desenvolvido por meio desta última opção - “*Sobre meu par ideal*” - pelo fato de o site dispor previamente as perguntas e as respostas a serem respondidas, podendo as mulheres serem induzidas a responder a alguma questão específica, que não contemple exatamente as suas vontades, pelo simples fato de as respostas estarem prontas, dispostas pelo site.

Além das alternativas de cada perfil, na própria página de cada uma delas deverão aparecer as opções de “*ver outros perfis parecidos a esse*” - para ter acesso a este *link* deverão ser comprados os serviços *match.com*. Ainda, outra opção “*incluir usuário a favoritos*” - para este caso poderá ser selecionado a foto de interesse, sendo incluído aquele perfil escolhido, nos “favoritos” da pessoa, com a frase: “*você adicionou (nick da pessoa) a seus favoritos*” podendo ser visualizada a foto ao lado desta última frase.

Como vem sendo especificado no decorrer deste capítulo, são muitos os detalhes expostos em cada página do site de namoros *match.com*, procurando-se não dar prosseguimento a maiores delineamentos, além dos aqui mencionados, sob prejuízo de tornar a leitura desgastante e de difícil interpretação.

Convém citar ainda que, inicialmente, a proposta desta pesquisa estava focada no interesse das mulheres na faixa etária entre 40 e 50 anos que se cadastram no *match.com*, se o fazem à procura de um parceiro afetivo amoroso, por amizade ou por solidão. Porém, o objetivo da pesquisa foi alterado no decorrer da análise, pelos seguintes motivos: A partir da visualização dos perfis cadastrados pelas mulheres, chegou-se à conclusão de que além delas

se cadastrarem e colocarem suas fotos, *nicks* e detalhes de sua vida, elas também inserem o perfil da pessoa que elas buscam para um relacionamento - proposta do site - seja para um relacionamento mais sério ou casual, porém deixando claro que todas elas seguem uma linha de detalhamento e pensamento sobre “seu par ideal”, isto é, “estou à procura de um parceiro amoroso” - proposta do *match.com*. A partir desta percepção, de que todas que se cadastram no site têm o mesmo objetivo - de encontrar o seu par ideal - bem como de serem “vistas”, “olhadas” e “escolhidas” pelos homens, foi inevitável chegar-se à conclusão de que, pelos muitos detalhes por elas disponibilizados no site, de suas vidas, gostos, preferências, comportamentos, atitudes e vontades, a pesquisa foi alterada para a observação e análise destes detalhes - dados - bem como das palavras e frases inseridas por elas, procurando identificar de que forma elas se apresentam na plataforma *match.com* e o que está por trás dessas simbologias representativas, por meio das fotos, *nicks* e frases.

É relevante lembrar que o dinamismo das páginas do site de namoros *match.com* é muito grande, bem como a forma de visualização dos *links*, por meio de detalhes e minúcias próprias de um site de relacionamentos, podendo se alterar, com novas chamadas e *links*, a qualquer instante, tornando, muitas vezes, de difícil descrição e exposição não conseguindo-se fazer entender, ao descrever a forma como se apresenta a plataforma, ou omitindo algum detalhe que ora possa se alterar, tentando, com isso, não tornar de difícil exposição para todo aquele que se propuser a ler este estudo.

Tanto os *chats* mencionados no capítulo anterior, como o site de encontros *match.com*, ou outros que poderiam aqui ser detalhados, todos são canais de uma relação social digitalizada recente, com o computador deixando de ser apenas uma máquina funcional, passando a uma poderosa ferramenta de difusão sócio-cultural, num jogo de expansão dos indivíduos, em um ambiente virtual e numa complexidade de sentimentos, significados e linguagens, em um novo espaço digital, nas chamadas comunidades virtuais, conforme elucidada Lévy,

A virtualização atinge mesmo as modalidades de estar junto, a constituição do “nós”: comunidades virtuais, democracia virtual (...) Embora a digitalização das mensagens e a extensão do ciberespaço desempenhem um papel capital na mutação em curso, trata-se de uma onda de fundo que ultrapassa amplamente a virtualização (LÉVY, 1996, p. 11).

No ambiente virtual, os internautas podem compartilhar conversas sobre infinitos temas, partilhar interesses comuns, liberar fantasias, emoções, comportamentos, identificar-se por diversas representações, criar novas relações sociais e encontrar novos parceiros afetivos.

São as novas redes de relacionamentos com a ausência da materialidade, porém em um novo estilo de conviver e viver, por meio da simultaneidade e da intemporalidade (CASTELLS, 2007), aproximando as pessoas, cultivando novas amizades, namoros e afetividades, por meio de uma grande teia de interação social, denominada Internet, conforme mencionado, “A cultura da virtualidade real associada a um sistema multimídia eletronicamente integrado (...) contribui para a transformação do tempo em nossa sociedade de duas formas diferentes: simultaneidade e intemporalidade” (CASTELLS, 2007, p. 553).

Com a visualização de perfis femininos sendo cada vez mais inseridos em sites de relacionamentos, tem-se a percepção de uma nova sociedade, formatada por laços afetivos, outrora desconhecidos, com padrões de comportamento sendo implantados na sociedade brasileira, por modelos virtuais de interação social.

Esses comportamentos, dizem respeito às expressividades disponibilizadas pelas mulheres, por suas características e perfis, nos mais diversos sites de namoro, exteriorizando sentimentos, vontades e desejos, emergindo um novo modelo de sociedade, por meio da *web*.

A Internet, além de proporcionar novos conhecimentos e pesquisas nos mais diversos sites de consulta, é a mais nova propulsora das interações sociais, aproximando pessoas e disponibilizando inúmeros sites de relacionamentos interpessoais, hoje largamente desfrutados pelas mulheres, como forma de exteriorizarem suas vontades e conhecerem seus futuros parceiros amorosos, por meio de suas expressividades, disponibilizadas no momento da criação e inserção de seus perfis, nos sites.

5 FORMAS DE IDENTIFICAÇÃO DO GÊNERO FEMININO NA PLATAFORMA

O aumento da presença feminina nos diversos espaços da vida pública desencadeou um ativo e dinâmico ambiente nas relações sociais e, se há alguns anos, as mulheres se sentiam encobertas por alguma opressão masculina - época em que elas não tinham direito a voto e nem ao controle da sua maternidade - hoje elas podem opinar, decidir e participar ativamente do espaço público.

Com o aumento das redes sociais digitalizadas, as mulheres têm ainda, a sua disposição, a possibilidade de exteriorizar suas vontades, emoções e desejos por meio de suas autorrepresentações disponibilizadas em sites de relacionamentos - hoje difundidos em larga escala pela Internet – dispondo de mecanismos para transparecer suas pretensões, quando da escolha do seu parceiro amoroso.

Sant’Anna (2005) referindo-se às questões relacionadas à beleza feminina enfatiza que, a partir da década de 50, iniciaram diversas transformações físicas, com mudanças aceleradas, sendo cada mulher responsável pela sua própria aparência, conforme mencionado,

Na verdade, os anos 50, e, sobretudo a década seguinte, representam uma época de transformações aceleradas para a história do embelezamento no Brasil: modernização das técnicas de produção de perfumes e de cosméticos, ampliação do mercado de produtos industrializados ligados ao conforto e aos cuidados corporais, a batalha da beleza pretende ser, mais do que nunca, uma luta pessoal e cotidiana, que diz respeito não apenas às mulheres da elite, mas também as funcionárias públicas secretárias, professoras e donas de casa (SANT’ANNA, 2005, p. 130).

A partir dos anos 50, a representação das mulheres no “mercado” da beleza torna-se mais frequente e a ênfase dada aos produtos para o embelezamento é integrada à vida cotidiana das mulheres, tanto no espaço público como privado, em locais de trabalho, ou em casa, sendo todos os momentos dedicados a se fazer bela.

Dentro desse novo contexto, o “visual” torna-se fator preponderante para as mulheres, sendo a vaidade e os caprichos estéticos uma forma de satisfação, tanto pessoal, como de manter-se “apresentável” aos homens e à sociedade, com vestimentas e adereços da moda, desfrutando de inúmeros produtos no “mercado” da beleza.

Ao percorrer cada página do site de namoros *match.com*, de mulheres, na faixa etária pesquisada, são perceptíveis algumas minúcias e pormenores que se diria, típicas do “gênero”

ou da “alma” feminina, quanto à preocupação com o “visual” - detalhes estes observados nas fotos.

As formas pelas quais as mulheres se identificam na plataforma *match.com* - local onde foi desenvolvido o presente estudo, bem como em outras plataformas de namoro, mostram não somente a mudança latente nas organizações sociais, hoje, como também algumas particularidades das mulheres, quando da disponibilização de suas fotos, exteriorizando suas vidas no momento de inscrição no site, sendo descritas a partir deste momento.

O critério de preferência dos perfis selecionados para este estudo foi feito a partir das observações no site, sendo escolhidas aquelas mulheres que mais repetem expressões, palavras, frases e *nicks*, a partir de suas descrições, bem como aquelas que disponibilizam suas fotos de forma representativa e significativa para uma análise em um ambiente virtual.

5.1 IDENTIFICAÇÃO POR MEIO DAS FOTOS

Quando as mulheres inserem seus perfis na plataforma *match.com*, uma das particularidades expostas por elas, e que se observou, diz respeito à exposição de suas melhores fotos, como forma de representatividade e de sua auto-identidade virtual, utilizando o corpo, o rosto, as roupas e os acessórios, com o objetivo de “chamar a atenção” dos homens.

Uma das peculiaridades observadas é que a maioria dessas mulheres disponibiliza suas fotos de rosto, sendo poucas de corpo inteiro, à exceção daquelas que podem considerar-se magras ou com um “bom” biotipo físico para se expor em um site de relacionamentos, sem maiores “comprometimentos” ou “críticas”, vindas, tanto do universo masculino, como do feminino, podendo se sentir mais “à vontade” em exibi-las, quando se considerar “em forma”. Uma foto exposta no site, de corpo inteiro, pode demonstrar que ela se sente “tranquila” quanto à sua exposição, sugerindo não haver uma “preocupação” com a sua exibição e o olhar dos outros.

Estes detalhes foram percebidos, a partir do delineamento de cada perfil observado. Porém, tanto as fotos de rosto, como de corpo, sugerem a maneira como elas querem ser visualizadas no site, numa forma de autorrepresentação, sendo o culto ao corpo e ao rosto, quase uma “cobrança estética” da sociedade, hoje, como um objeto a ser descoberto e admirado, conforme mencionado pelos autores:

O fato é que, através da história, o corpo humano foi objeto de exaustiva atenção e fascinação, tendo sido adornado, mutilado, reverenciado, mortificado e interpretado imaginativamente na arte, das mais diversas formas: de uma obscena massa de carne a uma imagem do espírito divino (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 57).

Os autores fazem alusão ao corpo humano, que sempre foi objeto de muita preocupação e transformação, no decorrer de toda a história, sendo decorado, mutilado, reverenciado e interpretado, como elemento de constantes mudanças, dependendo do contexto social e cultural de cada época. Ainda, estes mesmos autores mencionam o corpo, como assumindo um papel na produção da subjetividade:

À medida em que se altera o paradigma que orientou a racionalidade moderna, quando o corpo humano era considerado uma exterioridade a ser controlada, ele assume, lado a lado com as mais variadas instâncias pessoais, interpessoais ou coletivas, seu papel na produção da subjetividade. Um paradigma estético parece desenhar-se, no qual singulares devires e configurações inesperadas são produzidas e no qual o corpo surge como carne e imagem, matéria e espírito simultaneamente (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 29).

De acordo com os autores, um paradigma estético é redesenhado nas sociedades, a partir de inúmeras configurações e variadas instâncias pessoais e coletivas, passando o corpo humano, de uma controlada exterioridade, a diversas instâncias pessoais e coletivas, como carne e imagem, matéria e espírito.

Há uma concepção de que as mulheres podem sentir-se “pressionadas” pela sociedade e/ou por elas próprias a manterem-se “em forma” e o “medo de envelhecer” e de “ser trocada” por outra, Goldemberg (2007) pode ser um fator preponderante no momento de disponibilizar uma foto em um site de relacionamentos, não se sujeitando a “arriscar” ou ser “preterida” por outra que se expõe em melhores condições físicas. O fato de essas mulheres exporem mais fotos de rosto do que de corpo, na primeira página de seus dados, mesmo que o façam nas páginas seguintes, pode, além do motivo mencionado, sugerir, ainda, alguma timidez por parte delas.

As mulheres, nos dias de hoje, devido ao consumo e ao “mercado” da beleza usufruem, ainda, de inúmeras formas de expor o seu físico ao olhar do outro, seja pelas maquiagens, adornos, tinturas de cabelo, adereços como colares, brincos, lenços, etc., que podem compor o seu visual, “melhorando” sua aparência. Esta é uma representação da qual grande parte das mulheres observadas se utiliza, quando da sua exposição no site, e que será desenvolvido no decorrer deste capítulo.

Uma das características observada, foi de que a maior parte das mulheres dispõe suas fotos sorrindo, sendo minoria aquelas que aparecem sérias. As fotos onde elas estão sérias há uma percepção de que procuram, neste caso, “valorizar” alguma parte do seu corpo ou ainda do rosto. Como por exemplo, nas fotos de rosto sérias, muitas estão de perfil, dando “valorização” ao cabelo, por meio de penteados, cabelos alisados, pintados, podendo também usufruir de maquiagens, adereços e corretivos, largamente disponibilizados no “mercado” da beleza.

Nas fotos disponibilizadas de corpo inteiro e sérias, a percepção foi de que elas podem dar uma maior “valorização” ao corpo, procurando, neste último caso, enfatizar alguma parte específica, como por exemplo, destacando os seios grandes em uma blusa apertada, ou ainda com roupa de praia, explorando o corpo “malhado”, ou sentada com as pernas cruzadas, em um vestido curto, expondo suas pernas alongadas. Outras ainda podem ser visualizadas de costas, com o rosto virado para trás (olhando para a câmera e com o rosto virado), podendo ainda enfatizar, tanto o corpo, como o rosto, só que, neste caso, de costas.

Seguindo essa análise é preciso ter em mente a questão do fetichismo. Neste sentido, Flügel (1966), enfatiza que as pessoas, em geral, escolhem uma parte do corpo ou alguma peça de roupa para expor seu desejo sexual,

O outro conjunto (...) ao qual se pode fazer referência é o relativo ao fetichismo, isto é, a perversão na qual o desejo sexual escolhe como seu objeto, exclusivo e suficiente, alguma parte incongruente do corpo (por exemplo, os pés, o cabelo) ou alguma peça de roupa (por exemplo, sapato, meia, espartilho, lenço) (FLÜGEL, 1966, p. 22).

O autor cita o fato de o fetichismo fazer parte de uma ligação direta do corpo com o desejo sexual, podendo ser representado por partes específicas do corpo, rosto ou ainda numa peça de roupa. Na década de 60 o espartilho, o lenço na lapela ou ainda os sapatos, poderiam ser considerados objetos de fetiche. Hoje, outras partes do corpo, assim como peças de roupa, podem ter maior representatividade ligada ao olhar do sexo oposto. No caso específico das mulheres observadas, normalmente as partes do corpo mais exploradas nas fotos são aquelas que são mais expostas ao sol, como pernas, coxas, pés, mãos, braços, peito e rosto, utilizando-se, ainda, inúmeros adereços disponibilizados no ramo da moda. Isto pode se dar, pelo fato de o Brasil ser um país tropical, e as partes do corpo de maior exposição e exploração, aquelas expostas ao sol e na época do verão.

Para a maior parte dos casos em que as mulheres aparecem sorrindo em suas fotos, a percepção é de que elas tentam transparecer alegria, felicidade ou ainda, jovialidade aos

homens, demonstrando que estão “resolvidas” em suas vidas e também que gostariam de ser “aceitas” por eles, podendo sugerir que não serão um “problema”, e sim, a “solução” para eles. Esta percepção foi feita, não somente a partir da visualização das fotos, mas também de que boa parte delas exterioriza em seus perfis, com frases de identificação, que estão com suas vidas estabilizadas profissionalmente e também com seus relacionamentos anteriores.

Nas poucas fotos observadas, onde elas estão sérias, pode-se perceber, ainda, certa “timidez” por parte delas, não querendo “mostrar os dentes” já de início, podendo transparecer que são mais “recatadas”, “controladas”, não somente nas fotos, mas também em suas vidas. Em alguns perfis visualizados, nestes casos, em algumas das próximas fotos disponibilizadas no site, elas aparecem com suas famílias, em casa ou em parques, demonstrando a importância que elas dão à constituição de um lar, sugerindo a imagem de alguém que não abandona suas origens, que tem carinho e respeito pelos seus familiares e filhos.

Quanto aos adereços, outros detalhes são relevantes expor aqui, quando da visualização deles e da forma como as mulheres os utilizam, no momento da exposição de suas fotos no site. Parece haver uma forte exploração delas, que se aproveitam desses artefatos estéticos para chamar a atenção dos homens, como forma de “aperfeiçoar” ou “melhorar” sua aparência, conforme mencionado pelo autor, “A finalidade essencial do enfeite é embelezar a aparência física, de modo a atrair olhares admiradores de outros e fortalecer a auto-estima” (FLÜGEL, 1966, p. 55). Embora Flügel (1966) tenha vivido nos anos 60, parece que a representatividade feminina por meio dos enfeites continua valendo até os dias de hoje, como forma de melhorar a auto-estima e chamar a atenção do outro.

Pela análise do material observado percebe-se a abundância de fotos em que as mulheres aparecem adornadas, como óculos escuros dispostos no rosto ou na cabeça - segurando o cabelo - brincos, colares, chapéus - adorno muito utilizado pelos estilistas e pela moda há mais de 50 anos, sendo, com o decorrer dos anos, modificado e ornamentado com outros formatos, desenhos e contornos, lenço no pescoço ou ainda na cabeça - outro atributo que foi utilizado pelos homens, disposto na lapela do paletó e hoje sendo muito usado também pelas mulheres, flor no cabelo, leques - adereço que existe há mais de 3 mil anos, considerado, em determinada época, como acessório indispensável das damas da sociedade, representando charme para a mulher. Ao se utilizarem desses artefatos, acreditam que estarão mais belas, podendo também sugerir mais feminilidade ou delicadeza aos homens.

No caso das fotos de corpo inteiro, outros exemplos ainda foram visualizados, podendo aqui ser mencionados. Algumas aparecem em suas fotos de corpo inteiro, com os

braços alongados para cima, encostadas em árvores, podendo estar com uma das pernas flexionadas, ou ainda com as mãos na cintura, nos quadris ou com os braços entrelaçados na frente do peito. Possivelmente, nestes casos, elas tentem salientar alguma parte do seu corpo, como cintura, quadris, sugerindo “mostrar” aos homens, um corpo em forma, atraente, alongado. Pode, também, transparecer um “ar de sedução”, sugerindo “ser desejada” por eles, sendo o seu corpo, a representação de uma simbologia sexual, numa forma de tentar “chamar a atenção” dos homens, dando a impressão de tentar ser “desejável” para eles.

Villaça e Góes (1998) exemplificam esta representatividade, enfatizando que é por meio do corpo que sentimos e agimos, podendo este ser fascinante, encantador, assegurador ou ainda ameaçador,

A vida nos impõe o corpo cotidianamente, pois é nele e por ele que sentimos, desejamos, agimos e criamos. Além disso, qualquer realidade viva não se nos apresenta, a não ser nas formas concretas e singulares de um corpo móvel, atraente ou não, assegurador ou ameaçador (VILLAÇA; GÓES, 1998, p. 23).

Outra percepção obtida nas fotos foi de que a grande maioria dessas mulheres disponibiliza, em seu perfil, mais de uma foto, além da primeira, podendo ser vistas, quando do acesso ao perfil inicial de cada uma. As fotos seguintes, normalmente são mais informais, despojadas ou descontraídas, de corpo inteiro, na praia, em piscinas, parques, com animais de estimação, dando “gargalhadas”, mas também podem ser mais formais, como em festas, formaturas, jantares, onde, neste último caso, elas normalmente estão maquiadas, com penteados diversos ou cabelos alisados com “chapinha” e vestimentas para a ocasião, como roupas brilhosas, jóias, casacos de pele, vestidos longos, decotados, ou *tailleurs*, dependendo da ocasião. Para outros casos, podem elas ainda disponibilizar a primeira foto do seu perfil com estas últimas características - mais formais e “produzidas”.

Flügel (1966) ainda exemplifica esta forma de ornamentação, por meio das vestimentas, dos objetos e adereços, como um atributo da beleza, um objeto independente e atraente, conforme mencionado pelo autor:

(...) A seguinte forma de ornamentação externa, a local, tem, como seu nome indica, pouca referência com a forma do corpo como um todo. Ou atrai a atenção para uma parte específica do corpo ou, então, é usada inteiramente por seus próprios atributos de beleza, como um objeto independente, atraente em virtude de seu valor intrínseco (forma, cor, brilho) ou por seu significado e associações. Entre as formas de enfeite classificadas sob este título estão o uso de agulhas, pentes e jóias no cabelo, as pedras preciosas usadas nos anéis, alfinetes trabalhados, broches, etc. (FLÜGEL, 1966, p. 44).

Com o exemplo do autor e com referência às roupas e adornos utilizados como atributos de beleza, desde a década de 60, pode o fato de elas se utilizarem desses artifícios, por meio das fotos mais formais, usando “brilhos” tanto nas vestimentas, maquiagens ou jóias, como uma forma de atrair a atenção dos homens, sugerindo aparecerem mais “formosas” a eles. Para todos estes casos, elas terão, a sua disposição, adornos, enfeites e roupas, que provavelmente não utilizarão em outras ocasiões, mais informais, no dia a dia, a não ser naquelas datas específicas e à noite. As opções no mercado do consumo, para estes casos, são numerosas podendo elas se aproveitar destes artifícios para “aperfeiçoar” sua aparência.

Aquelas que colocam somente 01 foto em seu perfil, não disponibilizando mais nenhuma, a partir das próximas páginas visitadas, talvez queiram sugerir um “certo ar de mistério”, isto é, para estes casos, elas podem tentar deixar “em aberto” o que virá depois, como uma forma de dizer “venha me conhecer”, como um segredo a ser descoberto nos próximos episódios. A partir das fotos visualizadas, os dados observados sugerem ainda, que essas mulheres são mais “sérias”, “ajuizadas”, possivelmente tentando demonstrar aos homens que são mais “controladas”, “recatadas”, diferenciando-se das outras mulheres da “concorrência”, que disponibilizam mais fotos em seus perfis. A maior parte dessas fotos, ainda foi observado, que além delas disponibilizarem apenas uma em seu perfil, elas normalmente aparecem sérias, sugerindo, conforme foi citado, um “ar de mistério” e “seriedade”.

Também houve, durante a análise das fotos, a observação de uma possível preocupação de algumas, quanto a expor um detalhe particular físico, podendo ser considerado por elas, como de grande “valor” ao olhar masculino, porém, de difícil percepção pela foto. Como por exemplo, elas podem querer enfatizar a cor dos seus olhos, porém, ficando difícil de ser percebido, pelo tamanho da foto inserida no site, tentam externar, este detalhe, de outra forma, por meio dos *nicks* e frases, como forma representativa de exposição de seu perfil. Para estes casos, alguns exemplos de *nicks* são: “*olhosverdes194*”, “*gataolhosazuis*”, “*lindagata_olhosverdes*”, ou ainda “*venha se perder no mel dos meus olhos*”. Essa poderá ser a sua auto-identidade, a maneira como ela quer ser conhecida, como a “linda gata de olhos verdes” ou a “gata de olhos azuis”. Para o caso da expressão “*venha se perder no mel dos meus olhos*”, a frase indica que ela está tentando salientar também a cor dos seus olhos - cor de mel. Porém, para este exemplo, a expressão ainda sugere um “ar de doçura”, “açúcar”, “mel”, possivelmente tentando dizer que ela é “doce como o mel dos olhos dela” e ainda podendo transparecer uma “aproximação” dela com aquele que se interessar por

ela, pela forma como está exposta a frase “venha se perder... comigo... que eu te encontro aqui... no mel dos meus olhos”, sugerindo ainda, um “certo ar” de “sensualidade” em suas expressões.

Goffman (2007) exemplifica essas questões das expressividades e auto-identidades dos indivíduos, referindo-se que quando uma pessoa tenta se comunicar com outra, seja por palavras, expressões, gestos, etc., ela tentará expressar o seu desejo a este, com o intuito de comover ou ainda, convencê-lo.

Para esses casos observados e aqui citados, em que elas se identificam por meio das frases, salientando a cor de seus olhos, a forma como elas se expressam, sugere a percepção de que consideram fator preponderante expor a cor de seus olhos no site, podendo acreditar que os homens “valorizem mais” mulheres que tenham olhos verdes, azuis ou cor de mel, numa concepção da sociedade, onde parece ser mais “apreciada” ou ainda “atraente” aquela mulher que tiver olhos claros.

Todos os detalhes percebidos até aqui, no site de namoros *match.com*, pareceram os dados mais relevantes a serem mencionados neste estudo.

Todas as fotos observadas, em cada perfil detalhado, as expressividades dessas mulheres sugerem uma forma de autorrepresentação ou auto-identidade, como forma de chamar a atenção dos homens, procurando, por meio da Internet, identificar-se aos seus futuros pretendentes, exteriorizando o desejo de serem “aceitas”, “preferidas”, “acolhidas” e “olhadas” por eles, utilizando-se, para tal, dos diversos artifícios disponibilizados no consumo da beleza.

5.2 IDENTIFICAÇÃO POR MEIO DOS *NICKS*

Outra forma de identificação dessas mulheres, no site de namoros *match.com*, pôde ser feita por seus *nicks* - apelidos dados por elas no site, criados no momento de inscrição e inserção de seus perfis sendo, neste caso, expressos de diversas maneiras, dependendo da finalidade particular e individual.

Cada *nick* carregará consigo uma motivação, identificação ou explicação de si e uma forma de se auto-identificar perante os homens, procurando ainda revelar a sua predisposição de “estar junto” com os seus futuros pares. Estes poderão ser expressos de formas atrativas,

simbólicas, carinhosas, delicadas, provocantes ou ainda podendo dar a ideia de seus reais interesses e motivações, ou somente, podendo ser uma identificação nominal.

Segundo Azevedo (1986), as manifestações humanas, no que diz respeito aos atributos físicos, como estados de emoção, gostos e expressões, estão muito próximas às dos animais, procurando os pretendentes, aproximando e exibindo seus interesses o mais próximo possível aos interesses do outro, podendo fazê-lo por demonstrações corpóreas ou ainda de sinais e simbologias, tentando representar seu *status*, por meio de disposições sociais e psicológicas. Fica claro, por esta linha de análise, que o ser humano tenta aproximar os seus interesses aos do outro, utilizando-se de instrumentos que podem ser representados por expressões, simulando seu *status* perante a sociedade e o indivíduo com quem ela está querendo se comunicar.

Quanto aos *nicks* criados pelas mulheres observadas, algumas sugerem - como nos casos que elas os disponibilizam no diminutivo - uma “certa delicadeza”, indiciando uma forma de “impressionar” os homens ao acessar o seu perfil, podendo ainda considerá-la “feminina”, “meiga”. Estes *nicks* podem estar relacionados ao nome, apelido ou somente a alguma qualidade ou gosto que ela tenha.

Goffman (2007) observa que os indivíduos, de um modo geral, têm suas formas de representar suas vidas, por meio de simbologias, quando estão expostos perante sua “plateia”, seu público, sendo que, em alguns casos, podem se utilizar de maneiras delicadas e até suaves, conforme mencionado:

Na presença da platéia, os atores tendem a usar formas delicadas para se dirigirem a ela. Isto implica (...) um termo formal de polidez (...) ou um termo familiar caloroso, como o primeiro nome ou o apelido, sendo a formalidade ou a informalidade pela vontade da pessoa (GOFFMAN, 2007, p. 161).

Para cada perfil disponibilizado no site, poderá haver uma predisposição e uma motivação, a ser expressa pelos *nicks* no diminutivo, como os exemplos citados: “*debyzinha*”, “*lenynha*”, “*ciganinha*”, “*drinha*”, “*mirinha*”, “*mizinha*”, “*euzinha*”, “*ivoninha*”, “*gauchinha*”, “*soninha*”, “*peixinha*”, “*quelzinha*”, “*ternurinha*”, “*missinha*”, “*dinha*”, “*sandrinha*”, “*amarelinha*”, “*telinha*”, “*lorinha*”, “*titinha*”, “*amadinha*”, “*sininho*”, “*nikinha*”, “*anjinha*”, “*bruxinha*”, “*crisozinha*”, “*menininha*”. Todos estes casos mencionados incitam demonstrações delicadas de expressão feminina, que jamais seriam utilizados pelos homens, a não ser no caso de *gays*. Esta nova representatividade simbólica, utilizada por elas, pode ser uma forma de transmitir a sua feminilidade numa expressão da

mulher como sendo o “sexo frágil”, querendo ser “protegida”, “abrigada” pelo homem, pelo simples fato de ela ser “pequena”, “pequenina” e expressa no diminutivo, sugerindo o conceito de que ela é “sensível” e “frágil” precisando ser cuidada e protegida por ele, exteriorizando o seu desejo de não ficar mais só, de encontrar o seu novo parceiro amoroso, que irá “protegê-la”.

Goffman (2007) lembra que para cada papel desempenhado pelos indivíduos, há sempre uma “solicitação” daquele que o está representando, de que os seus observadores o devem levar a sério, que acreditem naquilo que vêem, e naquilo que ele representa, que possui os atributos que aparenta desempenhar, isto é, que as coisas são exatamente como aparentam ser. O ser humano, de um modo geral, tem suas formas de expressar e representar suas vidas, seus comportamentos, seus gostos, por meio do corpo, rosto, roupas, acessórios, expressões, gestos ou palavras. Ainda de acordo com este autor, cada indivíduo constrói a sua representação convencido de que esta é a verdadeira realidade, no intuito de impressionar, comover e convencer o outro.

Outros exemplos referentes aos *nicks*, dizem respeito a mulheres que preferem se identificar utilizando algum predicativo da natureza, como nome de alguma flor. Alguns exemplos para este caso são: “*orquídea*”, “*lírio*”, “*frutaflor*”, “*flormulher*”, “*jasmim*”, “*flordeliz*”, “*margarida*”, “*rosafior*”, “*flordaserra*”, que podem sugerir, ainda, que a partir da forma delicada como elas se expressam, elas tentem mostrar aos seus futuros pretendentes, que elas são delicadas, femininas, tentando, desta forma “sensibilizar” os homens que acessarem seus perfis.

Outras usuárias do site, ainda se apresentam por meio de adjetivos e qualidades, alguns mais carinhosos e delicados, como os citados anteriormente, e outros mais “provocantes”, “picantes”, com peculiaridades próprias ou transmitindo a ideia de que estão na “procura” por alguém. Para estes casos, os exemplos visualizados foram: “*sozinha*”, “*ardente*”, “*karente*”, “*poderosa*”, “*graciosa*”, “*fofa*”, “*ruivapimenta*”, “*amortintim*”, “*buscandoserfeliz*”, “*delícia*”, “*buscandoalguém*”, “*gatona*”, “*gatonagostosa*”, “*dengosa*”, “*morena*”, “*moreníssima*”, “*bronzada*”, “*morenapoderosa*”, “*loiralindatatuada*”, “*lobaloira*”, “*deusa*”, “*charminhodemulher*”, “*docedelícia*”, “*kakau_gostosa*”.

Para cada um desses *nicks*, também há uma autorrepresentatividade ou uma expressividade simbólica, sugerindo que elas esperam impressionar os homens, por meio de seus *nicks*. Para aquelas que se identificam com expressões como “*poderosa*”, “*deusa*”, “*morenapoderosa*”, “*gatona*” elas podem estar tentando demonstrar atributos ou demonstrações de poder, autoridade e domínio. As demonstrações como

“*charminhodemulher*”, “*dengosa*”, “*graciosa*”, “*amortintim*”, “*fofa*”, sugerem a ideia de que elas estejam demonstrando, que são mulheres carinhosas, afetuosas, transparecendo afeição, amabilidade e meiguice, tentando se aproximar de homens que “valorizem” este tipo de mulher. As que se expõe no site com atributos de sensualidade como “*kakau_gostosa*”, “*ruivapimenta*”, “*ardente*”, “*doce delícia*”, “*delícia*”, “*gatonagostosa*” procuram demonstrar seus atributos de sexualidade, sugerindo salientar aos homens que são “fogosas” e estão à procura de sexo, “sou gostosa”, “sou apimentada”, “sou ardente”, “sou deliciosa”, revelando sua sexualidade liberada, procurando homens que também “valorizem” esses atributos.

Ainda, as que se identificam como “*karente*”, “*buscandoalguém*”, “*buscandoserfeliz*”, “*sozinha*”, podem estar querendo demonstrar ao seu futuro par, por meio de expressões de solidão, que estão carentes de um relacionamento, solitárias, desprovidas de carinho, sugerindo a ideia de que estão “na procura de alguém”, esperando ser encontradas, tentando sensibilizar homens sensíveis a esse tipo de expressão, demonstrando atributos de carência.

Para os exemplos em que elas se identificam como “*bronzeadada*”, “*loiralindatatuada*”, “*moreníssima*”, “*morena*”, “*lobaloira*”, elas parecem tentar exteriorizar, com essas expressões, os seus atributos físicos, além da visualização de suas fotos, sugerindo que são “belas”, “formosas”, “morenas”. Por meio dessas expressões, elas podem ainda estar tentando externar aos homens que são mais bonitas do que as “brancas”, ou ainda que as loiras são mais belas do que as de cabelo escuro, numa “valorização” da cor da pele escura, bronzeadada e dos cabelos loiros. Goldemberg (2007) explica bem esta questão referindo-se às mulheres de pele bronzeadada pelo sol ou pelas câmeras de bronzeamento, como sendo consideradas, por elas próprias e pela sociedade em geral, como “mais bonitas” do que as de pele branca. Parece haver uma “valorização” de a mulher estar com a pele bronzeadada do sol, morena, aproximando-se, de certa forma, à cultura afro-brasileira. Porém, as que pintam o cabelo de loiro, se desvinculam da questão da raça (GOLDEMBERG, 2007).

Ainda nos casos mencionados, quando a identificação delas ocorre com atributos mais “picantes” e “provocantes”, pode sugerir, ainda, que elas esperam atingir aquele público masculino que busca na Internet, mulheres que se identificam como “fogosas”, “ardentes”, à procura de sexo, indicando, ainda, que elas tentam “se oferecer” a eles. Já nos casos em que as mulheres se identificam de maneira carinhosa e meiga, podem elas esperar atingir o público masculino que procura mulheres mais recatadas, delicadas, discretas, veladas e que não vão tão “direto ao assunto”.

Outras ainda se auto-identificam no site, por suas profissões, como “*professora*”, “*advogada*”, “*médica*”, “*psicóloga*”, “*veterinária*”, “*dentista*”. Para estas, há um indício de que elas podem querer mostrar, ao seu futuro parceiro, que possuem suas atividades próprias, encontrando-se estabilizadas profissionalmente. Pode sugerir ainda, que não estejam procurando homens para resolver sua situação financeira ou profissional e sim, amorosa.

Segundo pesquisa realizada pelo Centro de Políticas Sociais da FGV - Fundação Getúlio Vargas, que foi comentada em matéria da Revista Veja, as mulheres sozinhas normalmente são as que têm melhor situação sócio-econômica, melhores empregos, e salários, com escolaridade maior, não aceitando relacionamentos em que o seu parceiro esteja “abaixo” dela financeiramente ou profissionalmente, podendo justificar os perfis disponibilizados no site. Ainda, para estas, que se identificam pelas suas profissões, há indícios de que elas se considerem “superiores” às outras, que se identificam de forma mais “direta” ou “picante” no site, numa concepção de concorrência entre dois grandes grupos.

Outras mulheres ainda, procuram relacionar seus *nicks* com o seu nome próprio ou idade, como: “*mel_quarentona*”, “*danubia50*”, “*Keyti_idade_da_loba*”, “*enedina_40*”, “*idadedaloba4*”, ou somente por seu nome próprio, tendo, a maior parte um número ao lado, provavelmente disponibilizado pelo site, por coincidir o seu *nick* com o de outra pessoa inscrita. Alguns exemplos deste último caso são: “*Susana413*”, “*Elisabet717*”, “*Rose4327*”, “*Neuza525*”, “*Lucianajob*” “*Marilda70*”, “*Regina952*”, “*Helena0100*”. Os casos, em que elas se identificam relacionando o *nick* com suas idades, sugerem que elas querem mostrar aos homens, a idade que têm. Em boa parte desses casos, quando do detalhamento de seus perfis, elas limitam a idade dos homens que buscam no momento de suas inscrições no site, estipulando uma idade mínima para o homem que buscam. Algumas citam, em seus perfis, que não aceitam homens com menos de 35 anos, por exemplo. A percepção ainda, para estes casos, pode ser de que para elas pode ser mais importante a questão da combinação da idade delas com os seus futuros parceiros, do que outro detalhe, não sendo empecilho identificar-se no site desta forma, pelo contrário, podendo sugerir uma demonstração de verdade ou até de “tradicionais” em suas atitudes, tentando “valorizar” a verdade em primeiro lugar.

Para os exemplos observados onde elas se identificam nos seus perfis somente com o nome próprio, elas podem tentar passar uma imagem de mais “tradicionais”, transparecendo um “ar de naturalidade” ou ainda “neutralidade”, isto é, não querendo competir com as outras, que se identificam de formas mais “agressivas” ou “diretas” - neste último caso, “indo direto ao assunto”. Para os primeiros, elas transparecem ser mais “recatadas” e “naturais”, não necessitando se expor por meio de atributos “chamativos” ou “apelativos”. É importante

lembrar que na Internet, assim como na vida cotidiana, há uma concorrência entre os indivíduos, aqui no caso, entre as mulheres. Pelas análises feitas, percebe-se que há distinções muito claras quando da identificação delas, parecendo, em determinados momentos, haver uma “certa” separação de grupos. Como por exemplo, a maior parte dessas mulheres que se identificam somente com o nome próprio, a foto principal delas normalmente é séria, sem nenhuma expressão de sorriso, demonstrando mais uma vez, um ar de “seriedade” e “naturalidade”, enquanto que a maior parte das identificações no diminutivo ou ainda com descrições mais “audaciosas”, elas aparecem em suas fotos sorrindo, “dando gargalhadas”, ou ainda procurando fazer “posições” mais “fotogênicas” ou ainda “estratégicas”. Algumas podem também, como citado anteriormente, considerarem-se “superiores” às outras, como por exemplo, aquelas que se auto-identificam pelas suas profissões, como “*advogada*”, “*médica*”, “*psicóloga*”, procurando identificações diferentes daquelas que elas consideram “inferiores”, as que vão “direto ao assunto”, como “*docedelícia*”, “*kakau_gostosa*”. Enquanto um grupo é mais “direto”, o outro é mais “recatado”. Enquanto um grupo espera atingir um público masculino mais “audacioso”, “atrevido”, o outro pode esperar atingir um público mais “discreto”, “retraído”, “recatado”, por meio de suas características e identificações nos perfis.

Goffman (2007) exemplifica estas questões das expressividades dos indivíduos, referindo-se que, de maneira geral, as pessoas emitem seus sinais por palavras, gestos, comportamentos e vestimentas, procurando impressionar o outro, configurando fatos confirmatórios, no intuito de mobilizar aquele ao qual estão tentando transmitir seus sinais. Para todos os casos das mulheres observadas, as suas expressividades, sugerem sinais e/ou simbologias, tanto para o caso das fotos como dos *nicks*, procurando impressionar, ou ainda, “chamar a atenção” dos homens por meio de suas auto-identidades virtuais.

Outras mulheres ainda se identificam com apelidos, como por exemplo: “*nathi0*”, “*bia173*”, “*Ro_feliz1*”, “*Leti507*”, “*Shai40*”, “*Leiloka*”, “*Kuki0766*”, “*tekka58*”, “*Dea49*”, “*titta440*”. Normalmente nestes casos, em suas fotos, elas aparecem sorrindo, mais informais, descontraídas, em praias, parques, churrascos, etc, sugerindo “informalidade” ou ainda “proximidade” em suas atitudes. Há indícios, nestes casos, a partir da forma como elas se auto-identificam, de que gostariam de ser conhecidas ou chamadas desta forma, pelo apelido, “mais íntimo”. Tanto as expressões com apelidos, como pelas fotos mais descontraídas, podem indiciar que elas são “sem cerimônia”, trazendo a ideia de certa “naturalidade” e “proximidade” aos seus futuros pares.

Também, há ainda, algumas que se identificam pela região onde moram, podendo estar no diminutivo, ou não. Os exemplos visualizados para estes casos são: “*gauchinha*”, “*gaúcha*”, “*gaúchaloira*”, “*Gauchapoars*”, “*AnaluRS*”, “*Janigauchinha*”, “*gaúcha_BR*”, “*nannipoa*”, “*nanypoa*”, “*gaúchapoars*”, “*gauchita*”, “*Nana_portoalegre*”, “*r_r_gaucha*”, “*isabelapoa*”. Outras ainda se identificam pelo signo, como: “*libriana*”, “*leonina*”, “*aquariana*”, “*escorpiana*”, “*Scorpionars*”, “*Pisciana*”, “*Canceriana*”. Para essas mulheres que se identificam no site com região ou localidade de moradia, a representação delas sugere que elas podem não querer relacionamentos muito distantes, concentrando-se aos arredores onde moram, conforme detalharam, em seus perfis. Também, pode estar relacionado a regionalismo, pelo fato de algumas ainda aparecerem em suas fotos tomando chimarrão, ou com a bandeira do RS, “valorizando” suas raízes culturais gaúchas, exteriorizando, ao seu pretendente, que apreciam e “valorizam” suas raízes históricas e familiares sugerindo que eles também valorizem. Quanto aos casos da identificação das mulheres pelo signo, parece haver uma percepção de que elas acreditam em signos e que podem querer se relacionar com pessoas cujo signo seja “compatível” com o delas, acreditando ser esta mais uma forma de encontrar o seu futuro pretendente, por meio do “acordo” e da combinação dos seus signos.

Para todos os casos observados de mulheres que se identificam de maneira informal, seja por meio de apelidos ou roupas, Goffman (2007) refere que há uma linguagem de comportamento informal que ele chama de “bastidores” e ainda outra linguagem de comportamento para momentos em que a representação está sendo exposta, podendo, nesses casos, ser expressa por formas de linguagem coloquial ou até de baixo padrão,

Em toda a sociedade ocidental tende a haver uma linguagem de comportamento informal ou de bastidores e outra linguagem de comportamento para ocasiões em que uma representação está sendo exibida. A linguagem dos bastidores consiste no emprego recíproco do primeiro nome, nas decisões tomadas em comum, na irreverência, francas observações de ordem sexual, queixas minuciosas, fumar, trajes comuns grosseiros, postura ‘desleixada’, no sentar e estar de pé, uso de linguagem dialetal ou abaixo do padrão, resmungos e gritos (GOFFMAN, 2007, p. 120).

A conclusão é de que poderá haver sempre uma linguagem para cada caso específico e momento expressado, dependendo do objetivo e da proposta do indivíduo, podendo estar representada por uma comunicação mais informal ou ainda para ocasiões particulares, sendo a linguagem dos bastidores relacionada, muitas vezes, a maneiras mais “desleixadas” ou até irreverentes de comportamento (GOFFMAN, 2007).

Algumas mulheres criam seus *nicks* tentando ainda, fazer alguma identificação com animais, podendo estar no diminutivo ou não. Para estes casos, os exemplos visualizados foram: “*Buterfly*” - borboleta, “*Gata*”, “*tigra*”, “*Gaivota*”, “*Sereia*”, “*Lince*”, “*borboletaliz*”, “*pombinha*”, “*águia*”, “*pomba*”. Para estas identificações, parece haver uma auto-identidade delas com esses animais. Para a auto-identificação como “*Sereia*”, sugere a ideia de alguma “fantasia” feminina ou ainda, de algum “feitiço”. As sereias, na Mitologia grega e no folclore europeu, são seres aquáticos com a metade do corpo de uma mulher e a outra metade de um peixe, que “enfeitiçam” os homens, podendo fazer ainda, uma ligação entre a “feminilidade” e a “fantasia” - metade mulher, metade peixe. Também, podem trazer a ideia de “sedução” e “paixão” - dando indícios de que as mulheres que criam seus *nicks* como “*Sereia*”, podem querer externar aos seus futuros pretendentes que estão “abertas” a “novas fantasias”, como uma forma de “seduzi-los”, “enfeitiçá-los”.

Para “*Buterfly*”, “*Gaivota*”, “*pombinha*”, “*pomba*”, “*borboletaliz*” e “*águia*”, há uma auto-identificação com pássaros ou animais que voam, sugerindo uma forma de “liberdade” a seus futuros pretendentes, podendo externar ainda, a concepção de que são “livres para amar”, “livres para voar”, “livres para conhecer alguém”. A “*águia*” é considerada, pela natureza, como um animal veloz, forte e com visão aguçada, porém é solitária, vive sozinha, situando-se nestes casos, aquelas que se identificam como “*águia*”, tentando relacionar as suas características pessoais com as de uma águia, e expressar aos homens, que são fortes, porém, ainda sozinhas, “à procura de alguém”.

Para os *nicks* identificados como “*Lince*”, há nos ditos populares, que se uma pessoa tem olhos de lince ela tem uma visão excepcional. Porém, esse lince ao qual está relacionada a visão, dizem os estudiosos, que não tem nada a ver com o animal, e sim, com um herói da mitologia grega. De qualquer forma, a identificação com este animal da natureza ou com a mitologia grega, pode estar relacionada aos ditos populares, podendo ela, se auto-identificar como esperta, sagaz, astuta, com o olhar aguçado, como os de um lince. O lince também faz lembrar um gato “*Gata*”, tanto fisicamente, como em suas características. Tanto o lince, como o gato, são espertos, têm ótima visão à noite, são considerados independentes e, às vezes, até temperamentais. Estas podem ainda ser as características daquelas que se identificam como “*lince*” ou “*Gata*”, podendo sugerir aos seus futuros parceiros, que são espertas, independentes, astutas e enxergam à distância. Podem ainda sugerir que, por enxergarem à distância e serem astutas, não se deixarão enganar por qualquer um.

Ainda para o caso de “*tigra*”, o tigre é um animal considerado na natureza, como forte fisicamente, podendo expressar, aquelas que se identificam desta forma, com algum tipo de

poder ou posse perante o seu futuro companheiro, ou ainda, que são “fortes” como um tigre. O tigre também é um animal misterioso, possuindo alguns códigos ou sinais próprios, com algumas maneiras de se comunicar, entre eles, na natureza. Uma delas é de arranhar as árvores, deixando as marcas de suas garras. O gato também faz essa mesma comunicação, porém, dizem os estudiosos da área veterinária, que o gato arranha as árvores ou os móveis para afiar suas unhas. Tanto no caso do tigre como do gato, estes são animais considerados misteriosos, independentes, velozes e sagazes, podendo aquelas que se auto-identificam desta forma, sugerir aos homens, que são ardilosas e misteriosas, ou ainda, podendo mostrar que não são tão fáceis de serem “enganadas” ou “alcançadas”, por serem “velozes” como um tigre ou um gato trazendo uma auto-identificação virtual delas com esses animais. “Gata”, ainda pode sugerir “beleza” sendo as que se identificam desta forma, tentam transparecer aos homens, que são “formosas”, dando a entender que, “sou uma gata!”, “sou linda!”, “venha me conhecer!”.

Lévi-Strauss (1976) faz uma abordagem em sua obra, sobre os animais, referindo-se ao totemismo, não como religião, mas sim, como uma relação dos homens com as espécies animais e vegetais. Em sua visão, os animais não seriam vistos somente porque existem, mas porque propõe, ao ser humano, um método de pensamento sobre a ordem social e natural. Afirmar este autor que "O advento da cultura coincide com o nascimento do intelecto". (Lévi-Strauss, 1976, p. 181). Para o autor, as relações do homem com o meio natural desempenhariam o papel de objetos de pensamento e as espécies naturais forneceriam ao pensamento, um meio de acesso a outros sistemas distintivos.

Com referência aos *Nicks*, até aqui mencionados, tanto pela identificação com animais como por outros exemplos descritos, percebe-se que há alguma “aproximação” ou auto-identidade, ou ainda, simbologia subentendida nas expressões das mulheres que criam seus perfis no site de namoros *match.com*. Algumas, como mencionado, pela “proximidade” com animais, outras pela transmissão de feminilidade, ou ainda delicadeza, beleza, liberdade, fantasia, sensualidade, sexualidade liberada, estabilidade profissional, poder, autoridade, agudez, signos que combinam, etc., revelam a tradução de seus perfis virtuais e daquilo que elas querem que apareça no site sobre suas vidas, com o intuito de chamar a atenção do olhar masculino - do seu futuro parceiro - tentando, desta forma, convencê-lo de que aquilo que elas demonstram no site, por meio de seus perfis, é exatamente a representação da verdadeira realidade, com a intenção de impressionar e comover o outro (GOFFMAN, 2007).

Além das fotos e *nicks* disponibilizados pelas mulheres no site, outras formas de identificação, serão citadas no decorrer deste capítulo, e que serviram de objeto de estudo para a pesquisa.

A próxima etapa diz respeito a uma palavra ou frase colocada ao lado das fotos dessas mulheres, servindo também como auto-identidade, dependendo da finalidade particular de cada uma, podendo estar expressas por meio de uma poesia, parte de uma música, frase de alguma pessoa conhecida da sociedade, ou ainda, de frases simbólicas, meigas, apaixonadas, ou também relacionadas a algum gosto, vontade ou atributo pessoal.

Além desta etapa, o próximo e último passo a ser referido, neste capítulo, faz alusão à auto-identificação das mulheres, por meio de um texto com suas características, pelo *link* disponibilizado no site “*mais sobre mim*”, ao lado das suas fotos e perfis.

É importante salientar que, nenhuma das opções utilizadas neste estudo, conforme referido anteriormente, foi feita por perguntas ou questionários prontos do site, procurando-se não se utilizar esses meios, sob pena de que as mulheres pudessem ser influenciadas ou direcionadas nas suas respostas, como por exemplo, nas alternativas “*Sobre minha vida*” e “*Sobre meu par ideal*”, com um questionário aplicado e com perguntas e respostas antecipadamente prontas, podendo as respostas ser consideradas dúbias ou ambíguas.

Também é relevante mencionar que não se esgotam neste estudo, as observações e conclusões feitas aqui, podendo outras percepções ser analisadas, em novos perfis do site, como forma de complementação etnográfica desta pesquisa.

5.3 IDENTIFICAÇÃO POR MEIO DAS PALAVRAS E FRASES

Dando continuidade às análises dos perfis disponibilizados no site de mulheres na faixa etária entre 40 e 50 anos, quando da exposição de uma palavra ou frase colocada por elas ao lado de suas fotos e perfis, nesses casos, poderá ser uma repetição do seu *nick* ou semelhante a este, podendo não haver, um detalhamento quanto a gostos e vontades individuais aparentes. Alguns exemplos podem ser: “*fafapaim*”, “*neete5*”, “*Fah*”, “*eu*”, “*Olá*”, “*Ana Luisa*”, “*npmulher*”. A observação, para estes casos, foi de que poucas são as que utilizam este espaço do site, somente desta forma - com uma única palavra ou repetição do seu *nick*. A percepção foi de que a maior parte dessas mulheres se apropria deste ambiente, para expor uma particularidade própria ou até mesmo detalhar alguma característica quanto às

suas preferências pelos homens. Quando das suas auto-identificações somente com a repetição de seu *nick*, as expressões são muito próximas daquelas que elas se apresentam pelo nome próprio, sugerindo um “ar de naturalidade” ou ainda “neutralidade”, podendo transmitir que não estão querendo competir com as outras que se identificam de forma mais “direta” ou ainda “agressiva”, aquelas que “vão direto ao assunto”. Conforme mencionado anteriormente, parece existir uma “competição” entre elas no site. Para estes casos mencionados, podem elas ainda ser mais “naturais” ou “recatadas” em suas ações, não querendo expor no site, atributos mais “apelativos”, como nos perfis, “*docedelícia*”, “*gatona*”.

Porém, na maior parte das vezes, a peculiaridade deste espaço, é de frases curtas onde elas procuram mostrar algum desejo próprio, ou ainda podendo exteriorizar seus sentimentos por meio de palavras ou expressões como, solidão, amor, felicidade, esperança, relacionamento, caráter, carinho, companheirismo, ou algum atributo pessoal, podendo, ainda, externar algum gosto ou prioridade, como os exemplos citados a seguir, em que boa parte delas menciona as palavras citadas acima. Também neste caso, outra particularidade é a procura por fidelidade e lealdade masculina, sendo alguns exemplos aqui mencionados, para melhor compreensão e veracidade das intenções das mulheres, quando da procura pelo seu par afetivo.

“Pessoa simples, com base no amor e na verdade..”; *“Solitária... a procura de um amor..”*; *“O amor é uma arte que nunca se aprende e sempre se sabe”*; *“As semelhanças fazem sucesso numa parceria”*; *“Tímida no início, mas querida e amável sempre!”*; *“Nunca é tarde para recomeçar”*; *“Gostaria de conhecer vc que é especial..”*; *“Competente, lutadora, carinhosa, justa”*; *“Só quero um amor pra fazer valer!!!!”*; *“Sou básica...é fácil de me entender”*; *“Mulher forte, mas amorosa”*; *“Procuro relacionamento sério”*; *“Em busca de parceria e companheirismo”*; *“Acredito no amor e quero vivê-lo”*; *“Casados, aventureiros, homens com mais de 45 anos, por favor não façam contato!”*; *“Em busca de alguém especial”*; *“Busco um homem que seja meu cúmplice uma pessoa ‘real’, não apenas um ‘PERFIL!’”*; *“Sou uma mulher carinhosa, inteligente, que procura sinceridade nos relacionamentos..”*; *“Sonhando em ser feliz”*; *“Recomeçar SEMPRE, desistir NUNCA!!!!”*; *“Mulher forte, mas também, carinhosa”*; *“Procuro alguém muito especial e ao mesmo tempo muito simples, quero amar e ser amada..”*; *“Quero te conhecer, poder ser especial para vc e torná-lo especial..”*; *“Procuro relacionamento sério”*; *“Penso q uma mulher deve ter como qualidade a delicadeza e o homem o caráter!”*; *“Alguém a procura de felicidade”*; *“Estou cansada de corações de pedra e palavras levianas... Sei o que quero!!!”*; *“Para quem procura um amor sincero, venha me conhecer!”*; *“A vida é construída nos sonhos e*

concretizada no amor..”; “*Procurando homens sinceros*”; “*A amizade é o princípio de tudo!*”; “*O amor não se define, sente-se*”; “*Gostaria de encontrar alguém sincero que queira ter um relacionamento sério*”; “*Quero ser feliz. Afinal todos temos este direito. Basta encontrar a pessoa certa*”; “*Quero alguém especial que me faça querer ser sempre melhor!!!*”; “*À procura de fidelidade e sinceridade*”; “*Uma mulher à procura de felicidade, à procura de você..*”; “*Procuro alguém para juntos estarmos, andarmos juntos*”; “*Dou muito valor ao caráter do ser humano às coisas boas da vida e, principalmente, ao amor*”.

Algumas das frases disponibilizadas pelas mulheres, no site de namoros *match.com*, faz referência a um desejo especial delas, como um sonho que elas gostariam que se realizasse. Como, por exemplo, as frases: “*A vida é construída nos sonhos e concretizada no amor.*”, ou ainda, “*Sonhando em ser feliz*”, sugerem, por meio de suas expressões, que elas ainda acreditam no amor, na felicidade e em um novo relacionamento, que os seus sonhos podem ainda ser vividos, concretizados, “consolidados”, a partir do momento em que encontrarem seus futuros parceiros. A partir de suas expressões, transmitem a ideia de que elas acreditam que podem encontrar seu novo amor em um site de relacionamentos, que estão em busca desse sonho e que ainda podem ser felizes.

Algumas citam, ainda, em suas frases, que estão à procura de um relacionamento - proposta do *match.com* - porém, sugerindo, que este seja sério, como na frase “*Estou cansada de corações de pedra e palavras levianas... Sei o que quero!!!*” Para este caso, ela exterioriza em suas palavras, que não está ali para brincar, mas sim, na busca de um novo relacionamento “concreto”, “sem brincadeiras”, “sério”. Estas expressões sugerem que elas estão cansadas, aborrecidas, por ainda não terem encontrado seu parceiro, ou ainda por terem passado por desilusões anteriores, transmitindo a ideia de que não aceitam “*corações de pedra e palavras levianas*”. Essas últimas citações, parecem indicar que, no seu relacionamento anterior, o seu parceiro era assim, com “*coração duro*”, “*rígido*”, ou ainda, “*leviano*”, talvez por ter sido “*imprudente*”, “*sem seriedade*” ou “*inconseqüente*” e não como ela gostaria que ele fosse “*prudente*”, “*sério*” e “*comprometido*” com ela.

Muitas citam, em suas frases, palavras que indiciam que elas estão na busca de “seu novo amor”, transparecendo que eles poderão dar amor e felicidade a elas. Para estes casos as frases visualizadas foram “*Acredito no amor e quero vivê-lo*”, “*Quero ser feliz. Afinal todos temos este direito. Basta encontrar a pessoa certa*”, ou ainda “*Só quero um amor pra fazer valer!!!!*”. Nesses casos, a percepção foi de que elas acreditam, que por meio da Internet, ainda possam encontrar a pessoa certa, o seu mais novo parceiro. Ainda, que desejam ser felizes “*Afinal todos temos este direito. Basta encontrar a pessoa certa*”, transmitindo a

concepção de que ainda não encontraram a pessoa com a qual gostariam de se relacionar, talvez por desilusões e decepções passadas, de seus relacionamentos anteriores, mas que é possível ainda encontrar a pessoa certa. Ainda a última frase, “*Só quero um amor pra fazer valer!!!!*”, pode ainda sugerir a ideia de que “eu só quero isso, um amor pra fazer valer, nada mais!!!” e que não deve ser tão difícil assim de ser encontrado, afinal, é só encontrar a pessoa certa, que pode ser pela Internet.

Algumas ainda exteriorizam, em suas frases, que procuram algumas atitudes por parte de seus novos parceiros, como nos casos em que são citadas palavras como caráter e sinceridade. Para alguns destes casos, duas frases são aqui mencionadas “*Dou muito valor ao caráter do ser humano às coisas boas da vida e, principalmente, ao amor*”, “*Para quem procura um amor sincero, venha me conhecer!*”. Com essas expressões elas parecem querer deixar claro que buscam homens de caráter, sinceros e “corretos” e que estão à procura de um amor verdadeiro, sem novas desilusões, talvez ainda tentando dizer “sem enganações”, afinal, podem estar desesperançadas com seus relacionamentos anteriores. A primeira frase sugere que ela dá “muito valor” ao caráter, que esta é uma das características principais que ela espera encontrar em seu futuro parceiro. Embora busque as coisas boas da vida e, principalmente, o amor, coloca-os em segundo plano, mantendo, em primeiro lugar, o caráter. A segunda frase, ainda pode sugerir que, somente procure ela, aquele ou aqueles homens, que também querem um amor sincero, como ela “*Para quem procura um amor sincero, venha me conhecer!*” não aceitando relacionamentos de que a sinceridade não seja a base.

Há algumas citações da busca por homens “resolvidos” de suas relações anteriores, sugerindo a concepção de homens não casados. O homem de idade mais madura, normalmente já casou e constituiu família. Parece haver uma preocupação, por parte de algumas, de que esses homens casados ou que ainda não tenham se separado de seus relacionamentos anteriores, possam fazer contato com elas. Na forma como algumas frases estão dispostas no site, parece haver uma característica de “homens casados se relacionarem com amantes” ao procurarem outras mulheres. Para estes casos, o exemplo aqui citado é “*Casados, aventureiros, homens com mais de 45 anos, por favor, não façam contato!!*” Ou ainda, outras frases, sugerindo a ideia de que nos seus relacionamentos anteriores, os homens não eram “especiais” como elas gostariam que fossem, precisando, ainda, ser amadas, porque podem não ter sido amadas anteriormente, como na frase “*Procuro alguém muito especial e ao mesmo tempo muito simples, quero amar e ser amada..*”, ou ainda “*Em busca de alguém especial*”. Nesta última frase, ela simplesmente cita que procura alguém especial, não indicando, como poderia ser um “homem especial” para ela, sugerindo a ideia de que não o

encontrou, ainda. Conforme a primeira frase mencionada, parece ser a preocupação de algumas das mulheres observadas, de que homens casados sejam aventureiros ou que queiram somente uma amante, sendo enfáticas que não estão dispostas a este tipo de relacionamento, expressando seus sentimentos e suas auto-identidades, por meio das palavras.

O fato de essas mulheres procurarem homens “resolvidos” de seus relacionamentos anteriores, conforme citado por algumas, e que ainda será mencionado no decorrer deste estudo, tem a ver com o perfil delas, como foi dito, no início, que 100% delas são separadas ou divorciadas, sugerindo que elas têm essas preocupações, em função das suas auto-identidades dispostas no site.

Outros exemplos de frases disponibilizadas no site *match.com*, fazem referência a citações como, parceria, e companheirismo. Mulheres nessa faixa etária, entre 40 e 50 anos, que constituíram família e que hoje estão à procura de um novo relacionamento, voltando ao “mercado”, algumas com filhos, podem não estar buscando somente satisfação sexual. A partir da sua maturidade e de suas famílias constituídas, bem como de seu “aprendizado” com o relacionamento anterior, podem procurar também, companhia, parceria, por meio de uma nova relação, onde os dois já passaram por casamentos anteriores e podem ser eternos companheiros, sugerindo, ainda, que elas valorizam suas famílias, seus filhos, sua casa. Os exemplos aqui citados são “*Em busca de parceria e companheirismo*”, “*Procuro alguém para juntos estarmos, andarmos juntos*”. Ou ainda, em outros casos, enfatizando que um relacionamento pode iniciar com uma amizade “*A amizade é o princípio de tudo!*”, transmitindo a ideia de que, em um relacionamento, é importante, também, a amizade que, afinal, é o início de tudo.

Outras mulheres exteriorizam, em seus perfis, que são fortes, lutadoras - atributos considerados masculinos. Normalmente elas também se dizem carinhosas e amorosas, indicando que, a maior parte delas pode acreditar que os homens gostem de mulheres femininas, isto é, com atributos femininos, sendo afetivas, delicadas e não somente corajosas e fortes como eles. Para estes casos, as frases de exemplo são “*Competente, lutadora, carinhosa, justa*”, “*Mulher forte, mas amorosa*”, “*Penso que uma mulher deve ter como qualidade a delicadeza e o homem o caráter!*”, “*As semelhanças fazem sucesso numa parceria*”, “*Mulher forte, mas também, carinhosa*” Ou ainda, se diz tímida, acanhada, introvertida, mas afirma que isso não deverá ser problema para o início de um relacionamento, porque ela também é carinhosa e amável, como na frase “*Tímida no início, mas querida e amável sempre!*”. Todos estes últimos exemplos sugerem que elas tentem demonstrar aos homens, tanto atributos femininos, como masculinos, numa concepção de que

atingirão tanto o universo de homens que buscam mulheres com atributos femininos como masculinos, como se tentassem “atacar” pelos dois lados.

Algumas ainda se identificam, em suas frases, como sendo “básicas”, de fácil entendimento, dando a entender, com as palavras dispostas na frase, que não é difícil entendê-las. Para estes casos, alguns exemplos são “*Pessoa simples, com base no amor e na verdade..*”, “*Sou básica...é fácil de me entender*”. Os exemplos citados sugerem que elas são “de fácil entendimento”, e que os homens não terão dificuldades em entendê-las. Além destas percepções, ainda na primeira frase, além de ela dizer ser uma “*Pessoa simples*”, ainda menciona “*...com base no amor e na verdade..*” sugerindo a concepção de que um relacionamento deve ter como base, o amor e a verdade.

Há também algumas mulheres que disponibilizam suas frases, transmitindo a concepção de que além de serem “especiais”, “exclusivas” para eles, elas também podem “torná-los especiais” e “exclusivos para elas”, numa forma de tentar “transformar” “ele para ela”, como na frase “*Quero te conhecer, poder ser especial para vc e torná-lo especial..*”. Em outro caso, ela diz que ele é especial, conforme a frase “*Gostaria de conhecer vc que é especial..*”. Este último caso sugere que ela, mesmo sem conhecer ainda a pessoa com a qual ela poderá se relacionar, acredita existir alguém que venha a ser especial para ela, “*...vc que é especial*”, especial para quem(?)... “para mim”, ou ainda, “você, que se considera especial, venha me conhecer”, podendo, ainda, indicar o inverso, que ele a faça ser cada vez mais especial, como na frase “*Quero alguém especial que me faça querer ser sempre melhor!!!*”.

Algumas, ainda, parecem procurar enfatizar, em suas frases, que estão dispostas a recomeçar suas vidas e não desistirem, até encontrarem seus novos parceiros. Para estes casos, os exemplos são “*Recomeçar SEMPRE, desistir NUNCA!!!!*” ou ainda “*Nunca é tarde para recomeçar!!*”. A percepção, nestes casos, parece ser de que elas tentam exteriorizar aos seus futuros pares, ou a elas mesmas, que nunca irão desistir de recomeçar um relacionamento, que nunca é tarde para recomeçar, independente de seus relacionamentos anteriores, ou qualquer outro empecilho, pela ênfase dada às palavras “SEMPRE” e “NUNCA”. Estes casos sugerem que elas sempre estarão dispostas a iniciar um relacionamento e que nunca se cansarão ou desistirão de tentar, até encontrarem a pessoa com a qual se identifiquem.

Outras procuram, ainda, exteriorizar que estão solitárias, na busca de seu novo amor, carentes, procurando felicidade em seus novos relacionamentos. Para estes casos as frases são “*Solitária... à procura de um amor..*”, “*Alguém à procura de felicidade..*”, “*Uma mulher à procura de felicidade, à procura de você..*”. Para estes exemplos elas se dizem “sozinhas”,

“desamparadas”, “abandonadas”, esperando encontrar alguém que lhes dê felicidade, amor e que lhes preencha o “vazio” em que elas se encontram. As três frases, neste caso, terminam com reticências “...” podendo sugerir ainda, que elas procuram “algo mais”, porém, não mencionado nas frases.

As próximas frases disponibilizadas são ainda enfáticas, fazendo referência a homens sérios, fiéis, talvez não aceitando aqueles que não sejam comprometidos com elas, como por exemplo, “*Procurando homens sinceros*”, “*Gostaria de encontrar alguém sincero que queira ter um relacionamento sério*”, “*Procuro relacionamento sério*”, “*À procura de fidelidade e sinceridade*”. Para estes casos, a ênfase dada, parece ser pela procura de homens sérios, sinceros, leais e fiéis a elas, sugerindo que elas têm essas preocupações, quando da procura pelos seus parceiros, em função das suas auto-biografias, dispostas no site, de que todas as mulheres observadas neste estudo estão separadas ou divorciadas, não se sujeitando a serem “a outra”.

Em outras frases ainda visualizadas, elas se identificam com suas qualidades, além de novamente enfatizar sinceridade no seu próximo relacionamento. Para estes casos, o primeiro exemplo mencionado é “*Sou uma mulher carinhosa, inteligente, que procura sinceridade nos relacionamentos.*” Nesta frase em que ela procura exteriorizar, ao seu futuro pretendente, as suas qualidades, seus atributos, citando, logo em seguida, que procura um relacionamento em que a pessoa seja sincera, franca, talvez, ainda, procure mostrar, que no anterior, não houve sinceridade. Outras, ainda tentam relacionar o amor como sendo uma obra de arte, como um trabalho artístico. Para este caso, a frase de exemplo é “*O amor é uma arte que nunca se aprende e sempre se sabe*”, sugerindo que, assim como não se aprende a esculpir ou pintar uma obra de arte, porque já se “nasce com o dom”, também o amor não se aprende já se sabe desde a sua existência ou nascimento. Outro exemplo, ainda, incita que o amor não pode ser definido, só pode ser sentido, como na frase “*O amor não se define, sente-se*” indicando que não há como explicar o amor, porém, há como senti-lo.

Ainda há algumas manifestações em que elas tentam exteriorizar que buscam homens “autênticos”, e que sejam seus cúmplices, como na frase “*Busco um homem que seja meu cúmplice uma pessoa ‘real’, não apenas um ‘PERFIL’!*”. A percepção, neste caso, é de que ela não aceitará um homem que seja mentiroso, falso, enganador ou ainda superficial, por expressar na frase, que procura uma pessoa ‘real’ e “...não apenas um ‘PERFIL’!”, enfatizando que procura um homem verdadeiro e autêntico. Talvez, para este caso, ela ainda considere que muitas pessoas que se cadastram em sites de relacionamentos, não sejam

peessoas reais, sejam apenas um “perfil”, e ela busca “algo mais”, manifestando, ainda, dúvidas de que possa encontrar essa pessoa “real” pela Internet.

Outras observações ainda puderam ser feitas, quando algumas escreveram suas frases em outra língua, aqui no caso, o inglês. Os exemplos para estes casos são: “*Life is worth living!*” - Vale a pena viver!, “*Freedom... Is there anything better?*” - Liberdade... existe coisa melhor?” ou ainda “*Be yourself but be your best self*”. - Seja você mesmo, mas seja o melhor de si”. Para estes casos, a percepção é de que elas têm familiaridade com o inglês, podendo, também, ser uma maneira de chamar a atenção de homens que tenham esta mesma intimidade com a língua, a partir do momento que eles se identificarem com elas, traduzindo suas frases para o português, podendo ser esta, outra forma de comunicação e auto-identidade, por meio do inglês. Também parece haver uma característica de liberdade nas primeiras frases visualizadas, sugerindo que são “livres” e que “vale a pena ser livre!”, pois não existe coisa melhor, ou ainda, “Venha ser livre comigo! Existe coisa melhor?”.

Outras ainda procuram relacionar suas identidades no site, com poemas, poesias, letras de música, rimas, ou simplesmente como uma forma de exteriorizar o seu amadurecimento adquirido com o passar dos anos. Alguns exemplos para estes casos são:

“*Alegria e espírito jovem, vivendo uma nova fase em minha vida*”; “*O homem não teria alcançado o possível se inúmeras vezes não tivesse tentado o impossível*”; “*A felicidade não está no fim da jornada, mas sim em cada curva do caminho que percorremos para encontrá-la!*”; “*Aprendi com a primavera a deixar-me cortar e voltar sempre inteira!*”; “*Quem não compreende um olhar, tampouco compreenderá uma longa explicação (Mário Quintana)*”; “*O que se leva dessa vida é a vida que se leva*”; “*Que cada dia seja um único dia!*”; “*Embora ninguém pode voltar para fazer um novo começo, qualquer um pode fazer um novo fim. (Chico Xavier)*”.

Estas últimas citações, com rimas, poemas ou poesias, podem demonstrar ou sugerir aquilo que elas viveram no passado, hoje amadurecidas, com decepções e aprendizados vividos pelos seus relacionamentos anteriores, podendo ainda, exteriorizar esperança com o relacionamento que buscam, pela Internet.

Em alguns dos exemplos visualizados, elas se identificam como sendo jovens de espírito e que buscam uma nova fase em suas vidas, como se pudessem dizer: “Posso não ser mais jovem em idade, mas possuo espírito jovem e estou disposta a viver novamente, a me relacionar novamente”, como na frase “*Alegria e espírito jovem, vivendo uma nova fase em minha vida*”. Na maior parte destes casos, elas parecem fazer relações às suas vidas passadas, aos relacionamentos vividos anteriormente, em que não foram bem sucedidas, porém, que

ainda existe uma expectativa, que pode ser vivida no dia seguinte, como na frase *“Que cada dia seja um único dia!”*. Na próxima frase, as expressões sugerem que ela está disposta a alcançar o impossível, ou ainda, transmitindo a imagem de que está preparada para alcançar “o possível” por meio do “impossível”, como *“O homem não teria alcançado o possível se inúmeras vezes não tivesse tentado o impossível”*, sugerindo ainda, que ela poderá tentar alcançar o possível, outras inúmeras vezes. A próxima citação sugere que, por mais que ela possa passar por diversas dificuldades na vida, exemplificado por ela como “curvas do caminho”, será, pelas dificuldades ou curvas, que alcançará a felicidade *“A felicidade não está no fim da jornada, mas sim em cada curva do caminho que percorremos para encontrá-la!”*, transmitindo a concepção de que a felicidade não se encontra “no final do túnel”, mas sim, ao percorrer cada parte dele, a partir de cada dificuldade enfrentada no caminho, podendo ainda fazer referência ao seu relacionamento anterior, que pode ter sido “as suas curvas”, porém, que ela está disposta a continuar percorrendo “essas curvas da vida”, à procura da sua felicidade.

Outras frases visualizadas, ainda sugerem que elas podem ter amadurecido com seus relacionamentos anteriores e que, mesmo com todos os desapontamentos que tiveram, ainda conseguiram ficar intactas, inteiras, como nas frases *“Aprendi com a primavera a deixar-me cortar e voltar sempre inteira!”* ou ainda *“Embora ninguém pode voltar para fazer um novo começo, qualquer um pode fazer um novo fim”*. Estes casos, parecem indicar a imagem de que, independente do que elas viveram no passado, se passaram por decepções nos seus relacionamentos anteriores, ainda podem vislumbrar um final feliz e tentarem refazer suas vidas, a partir de um novo relacionamento pela Internet.

Ainda há, por parte de outras mulheres observadas, algumas auto-identificações no site, com seus atributos pessoais, externando suas preferências quando da escolha pelo seu futuro parceiro afetivo. Alguns exemplos para estes casos são:

“Sou uma pessoa simples, carinhosa, bom papo, sincera, simpática, inteligente, sem frescura, amo a vida e procuro uma pessoa com características iguais as minhas e que me faça feliz porque estou precisando de muito carinho”.

“Sou uma pessoa que busca amizades ou algo mais, e de bem com a vida, emprego definido, que adora um bom papo”.

“Simples, honesta, de bem com a vida, determinada, resolvida... acima de tudo com respeito ao próximo. Amizade e cumplicidade”.

“Sou uma pessoa de bem com a vida, que gosta de viver intensamente todos os momentos com otimismo”.

“Uma mulher com jeito de menina, uma menina com força de mulher. Uma boa combinação, embalagem com conteúdo”.

Como nos casos anteriores, parece haver por trás de cada frase, expressões identificando suas auto-apresentações, porém, externando o que efetivamente elas “valorizam” em um novo relacionamento e o que esperam que seus futuros parceiros sejam. Esses casos sugerem uma percepção de que elas tentam “convencer” seus futuros parceiros, de que são “bem resolvidas”, ou ainda “de bem com a vida”, como na maior parte dos exemplos mencionados, e que podem, ainda, ter as características que um homem precisa numa mulher: são honestas, determinadas, amigas, simples e de bom papo. Podem sugerir, ainda, que elas tentem dizer a eles, que não serão “problema” para eles, e, sim, a “solução”, como casos anteriormente citados e que, de preferência, as façam felizes, pois elas estão precisando de felicidade e carinho. A ideia de não serem “problema” para eles, parece estar presente nas expressões “bem resolvidas” e “de bem com a vida”, estando elas, provavelmente, estabilizadas profissionalmente e financeiramente, ou ainda em todas as questões relacionadas aos seus casamentos e relacionamentos anteriores, não tendo nenhum empecilho para um novo relacionamento. Na última frase há ainda uma comparação de “ser menina” e “ser mulher”, fazendo uma combinação entre uma adolescente e uma mulher madura. A menina adolescente pode representar a “jovialidade”, o “início”, a “ingenuidade” e a mulher, a “maturidade”, a “força”, o “amadurecimento”. Toda essa representatividade, por meio das palavras digitadas e expostas no site, pode sugerir que ela queira dizer ao seu futuro pretendente, que ela possui as duas combinações: é “ingênua” como uma menina e “madura” como uma mulher adulta. É completa: *“Uma boa combinação, embalagem com conteúdo”.*

Para todos os casos, até aqui mencionados, parece haver uma perceptível identificação de que elas tentam “chamar a atenção” do olhar masculino, da forma como as frases são expostas no site, de preferência, sem deixar “vestígios” em suas falas e expressões, podendo algum detalhe exposto, ou não exposto, ser motivo de afastamento por parte de algum pretenso pretendente. A vida cotidiana é feita de simbologias e representatividades daquilo que se quer emitir e transmitir, sendo a comunicação, um processo de inúmeras atitudes, expressadas com palavras, gestos e/ou comportamentos, de forma a obter a atenção e o olhar do outro (GOFFMAN, 2007).

Para todos os perfis até aqui citados, pelas expressões e frases criadas por mulheres à procura de um relacionamento amoroso, cada detalhe e frase referida parece ser uma expressão de sentimentos, desejos, vontades, emoções, gostos, individualidades, preferências e peculiaridades delas, mas também de demonstrações de solidão, insegurança e dúvida

quanto a encontrar seu parceiro afetivo, em um ambiente virtual, podendo expor, neste último caso, frases com declarações de incerteza, como alguns exemplos citados a seguir. Para estes últimos, a ideia parece ser de “indecisão” se o deveriam fazer por meio da Internet, ou não. Porém, vale ressaltar que a maior parte das mulheres que se cadastram e preenchem seus perfis no site de namoros *match.com*, parece acreditar que, nesse novo espaço digital, as chances de encontrar seu parceiro amoroso aumentam, buscando, ali, a oportunidade de expressarem suas vontades e prioridades, por meio de suas autorrepresentações.

Há casos em que essas mulheres demonstram dúvidas em suas frases sugerindo a percepção de “incerteza”, conforme os exemplos mencionados.

“Não tenho o que dizer, a não ser que desejo conhecer alguém, que realmente faça a diferença. A partir daí existem muitos caminhos a seguir, e só o tempo poderá nos mostrar..”.

“Espontânea e sincera ao extremo. Me considero uma mulher sem limites, que quando ama se entrega inteiramente ao seu amado. Entrei aqui por acaso e resolvi fazer o cadastro, não sei o que esperar de sites de relacionamento, Deus que sabe o que nos reserva. Mas se houver algum contato, espero que seja de pessoas livres, honestas e dignas”.

“Não acredito muito mas... eu procuro...cia, alguém com vontade de curtir a vida sem ficar se fazendo...odeio isso...alguém que goste de cinema, praia, serra, esportes, uma boa conversa (fundamental), aprecie um bom vinho...sei lá...acho que o básico de um relacionamento..”.

Nesses casos, além de elas exteriorizarem “incerteza” quanto à procura de seu novo relacionamento pela Internet, elas parecem ainda, demonstrar desilusão, mais uma vez, de seus relacionamentos anteriores, não mais se sujeitando a relacionamentos “complicados” ou “mal resolvidos”, como na frase *“Não tenho o que dizer, a não ser que desejo conhecer alguém, que realmente faça a diferença..”.*, como se até aquele momento, não tivesse aparecido ninguém que “fizesse a diferença” para ela. Parecem sugerir, ainda, que, se encontrarem alguém, que estes sejam sinceros, comprometidos, *“...sem ficar se fazendo...odeio isso..”* afinal, parecem estar “cansadas” de relacionamentos em que elas não tiveram sucesso. Elas ainda são “sinceras ao extremo” *“Espontânea e sincera ao extremo”* e “quando amam se entregam inteiramente ao seu amado”. Procuram destacar, mais uma vez, que querem homens livres, desimpedidos e honestos, pois parece estarem desiludidas com seus relacionamentos anteriores, não mais aceitando relações embaraçosas, como na frase *“Mas se houver algum contato, espero que seja de pessoas livres, honestas e dignas”.*

Bauman (2007), quando se refere aos relacionamentos atuais, faz alusão à insegurança destes, como sendo marca fundamental dos tempos modernos, expondo o ser humano a

temores e medos, reportando que nos tempos passados a sociedade tinha uma “estabilidade” emocional e sentimental, que ele chama de fase “sólida” da modernidade, passando, hoje, para a fase que ele denomina de “líquida”, ou seja, a solidez e a estabilidade que existia, está se liquidificando, dissolvendo-se, citando ainda, que até mesmo os laços afetivos não são mais mantidos, características da modernidade e dos relacionamentos virtuais. Os relacionamentos, de acordo com o autor, se decompõem mais rápido do que o tempo leva para moldá-los e aqueles considerados antigos, duradouros e eternos já não existem mais, sendo substituídos por interações virtuais e imaginárias, a partir de redes de relacionamentos via *web* onde a insegurança e a incerteza são características inerentes do mundo atual.

O que o autor contribui para a análise deste estudo e para os relacionamentos de hoje, diz respeito às novas relações que não possuem mais aquele modelo antigo, com características duráveis e sólidas, quando não havia outras opções de relacionamentos, a não ser as face a face. O fato é que, com todas as transformações e mudanças nas sociedades, com novas tecnologias emergindo, as relações sociais mudaram seu perfil, tornando-se, muitas vezes, inseguras, o que não ocorria há alguns anos. Porém, vale ressaltar, que mesmo com toda a insegurança de um relacionamento virtual, não há como negar que, com esses novos modelos de interações sociais, as opções para novos relacionamentos se multiplicaram, oportunizando, tanto para homens, como para mulheres, novas formas de encontrarem seus parceiros afetivo-amorosos, por meio de suas autorrepresentações disponibilizadas pela criação de perfis na Internet.

5.4 IDENTIFICAÇÃO POR MEIO DA OPÇÃO DO SITE “MAIS SOBRE MIM”

Dando prosseguimento ao propósito da presente pesquisa, a última opção referida, neste capítulo, sobre a identificação de mulheres entre 40 e 50 anos que se cadastram no site de namoros *match.com*, diz respeito às suas características individuais, na opção disponibilizada pelo site, “*mais sobre mim*”, sendo neste último caso, digitado um texto livre, onde elas têm a oportunidade de divulgar suas vidas, sem limite de palavras, exteriorizando suas expectativas quando da escolha pelo seu futuro parceiro, ou o fazendo como uma forma de identificação pessoal a ser visualizada por todo aquele que acessar o seu perfil.

A maior parte dessas mulheres se utiliza deste espaço, tanto para expor suas características pessoais, como também suas preferências, podendo ainda, expor

particularizações do seu futuro parceiro. Algumas, quando das prioridades pelo seu novo pretendente, fazem referência ao desejo por relacionamento fiel, sincero, honesto e transparente, sem “complicações” de casamentos anteriores, bem como a procura por homens “resolvidos” financeiramente e profissionalmente, como nas frases citadas anteriormente, identificando suas auto-biografias, expostas no site.

Muitas aproveitam, ainda, este espaço, para disponibilizar mais detalhes de suas vidas e de suas famílias, se possuem filhos ou não, sugerindo, neste último caso, uma “valorização” de suas raízes familiares.

A partir de suas autorrepresentações nesta opção do site “*mais sobre mim*”, são mencionados 15 textos dos perfis destas mulheres, com as frases numeradas de 01 a 15 e as análises desenvolvidas, logo abaixo de cada uma delas, tentando-se fazer um cruzamento dos dados observados e analisados.

O critério de seleção dos perfis, como mencionado anteriormente, foi feito a partir de suas descrições por palavras, expressões, frases, *nicks* e fotos, procurando-se analisar, a forma de identificação daquelas mulheres que mais repetem suas descrições quando criam seus perfis no site.

1- *“Sou muito sociável, adoro conversar, dar risadas, sou feliz e exijo fidelidade, pois acho que quando se está com a pessoa que se ama, não se sente necessidade ou curiosidade de aventurar-se em qualquer outro tipo de relacionamento. Procuo alguém que goste de conversar, goste de sol, praia, assistir TV, assistir filmes, viajar, goste de estar em família.. Sair pra jantar...Caminhar na praia, tomar um chimarrão olhando o mar...Goste de um bom vinho e uma boa música. Chocolate quente, um bom churrasco, peixe assado... Enfim, fazer tudo isso e muito mais ao lado de quem se ama fica muito melhor!”*

Para este primeiro caso, o início deste perfil, é de suas qualidades pessoais, querendo expor o que ela gosta de fazer, transmitindo um “ar de informalidade” a partir das expressões “*Sou muito sociável*”, “*adoro conversar*”, “*dar risadas*”, podendo ainda dizer “sou alegre, extrovertida”, ou “*sou uma pessoa feliz*”. Na continuação de seu perfil, ela ainda exterioriza o que gosta de fazer, tentando aproximar-se de homens que tenham os mesmos gostos dela, como praia, sol, viagens, música, um bom vinho, churrasco, etc.

Além da percepção quanto à “informalidade” nas expressões das frases, ainda a observação por meio de suas fotos disponibilizadas no site, quando ela expôs 10 fotos, tanto

de rosto como de corpo, todas sorrindo e descontraída, em algumas “dando risadas”, na praia, “valorizando” o corpo, ou em locais públicos com amigos, “sem cerimônia”.

A percepção de seu perfil, quanto à “informalidade” ou “proximidade” não foi feita somente pelas frases e fotos, mas também, pelo seu *nick*, com sua autorrepresentação por apelido, “*Ro_feliz1*” sugerindo uma certa “proximidade” com os homens, não somente pelos seus gostos dispostos nas frases, mas também pelas fotos e *nick*. Observou-se, ainda, a “valorização” de seu corpo, com roupas de praia, tentando, mais uma vez, chegar-se a homens que se interessem, não somente por ter os mesmos gostos dela, mas também pelo seu corpo “em forma”, por meio das fotos disponibilizadas em seu perfil.

Ela ainda cita, no início de sua frase, “*exijo fidelidade*”, numa forma de exteriorizar que não aceitará um relacionamento que não tenha como base a fidelidade, a lealdade, transmitindo a ideia de “dificuldade” de encontrar homens fiéis, talvez pelo fato de os homens que se cadastram em sites de namoro, demonstrarem ou efetivamente estarem à procura somente de aventuras, conforme citado por ela “*pois acho que quando se está com a pessoa que se ama, não se sente necessidade ou curiosidade de aventurar-se em qualquer outro tipo de relacionamento..*”. Parece haver uma “preocupação” das mulheres, em se relacionar com homens que queiram somente “amantes”. Conforme mencionado em capítulo anterior, Goldemberg (2007), cita que apareceu em suas pesquisas, a preocupação das mulheres de envelhecer e “ser trocada”, tornando-se comum para o homem “trocar” uma mulher de quarenta anos por duas de vinte, sugerindo a “preocupação” delas, exteriorizado em seus perfis.

2- “*Sou pessoa sincera e verdadeira, romântica, carinhosa, gosto de beijar e ser beijada, adoro caminhar de mãos dadas muito afeto, odeio mentiras, tenho defeitos e virtudes como qualquer ser humano e procuro paixão, amizade, cumplicidade, afinidades, química, uma pessoa verdadeira que esteja ao meu lado, enfim... me fazer feliz, pois também vou fazê-la muito feliz... quero um namorado...*”

Para este segundo perfil, ela inicia sua auto-identidade virtual por suas qualidades pessoais, seguindo com incitações de sensualidade, como “*gosto de beijar e ser beijada*”, dando a concepção de “ir direto ao assunto”, tentando transmitir a todo aquele que visualizar o seu perfil, a importância que ela dá ao beijo, ou à sua sexualidade liberada. Ela ainda parece continuar insinuando sensualidade a partir das expressões “*paixão*”, “*química*” e “*muito afeto*”, sugerindo chamar a atenção ou atrair homens que tenham as mesmas vontades que ela.

Além de ela ainda exteriorizar sua vontade pelo homem que procura como amizade, cumplicidade e afinidades, a partir da visualização de todo o seu perfil, parece esta mesma auto-identidade de sensualidade se repetir.

Quanto ao seu *nick* ela identifica-se como “*sereia59*” numa concepção de “fantasia” ou ainda “feitiço”, metade mulher, metade sereia, sugerindo “enfeitiçar” aquele que se interessar por ela, numa ligação entre “feminilidade” e “fantasia” - mulher e peixe - transmitindo a ideia de sedução, encanto, paixão, atração, dando indícios de querer seduzir o homem que se interessar por ela.

Além de suas frases dispostas no site e de seu *nick*, sugerindo estar “aberta” a “novas fantasias” ela ainda disponibiliza 24 fotos em seu perfil, todas sorrindo, em praias, parques, com roupas descontraídas e informais.

Ainda, outra forma de sua autorrepresentação virtual, está disponibilizada no site, com uma frase ao lado de sua foto principal “*Aprendi com a primavera a deixar-me cortar e voltar sempre Inteira!*”, indicando o seu amadurecimento ou ainda tentando externar ao homem que busca, que, mesmo passando por desapontamentos anteriores, ela poderá sempre voltar intacta, inteira, independente do que viveu no passado, tentando refazer sua vida a partir de sua nova identidade, hoje virtual, não importando mais aquilo que passou.

3- “*Sou amiga, sincera, batalhadora, amável, gosto de estar em família, e quando amo alguém também gosto de ser amada e respeitada, gosto de passear, dançar mas também gosto muito de estar em casa, espero encontrar uma pessoa que seja um pouco parecida comigo, sei que igual é difícil, mas o principal é que seja, trabalhador, amigo e muito sincero*”.

Nesta terceira identificação, ela parece “valorizar” ou ainda priorizar a família e o lar, procurando externar, a partir de seu perfil, que procura aproximar-se de homens que também “valorizem” ou priorizem suas raízes familiares, além de querer ser amada e respeitada por ele. A sua auto-identidade, neste caso, difere um pouco das citadas anteriormente, no que diz respeito ao seu desejo e à sua autorrepresentação, no site.

A partir da visualização de suas fotos, ela dispõe um total de 07 fotos em seu perfil, todas de rosto, séria, sendo uma delas, apagando as velinhas, em um bolo de aniversário.

Ainda, em seu *nick*, sua auto-identificação é feita por meio da sua idade: “*idadedaloba4*”, sugerindo que, para ela, não há empecilho em mostrar no site a idade que tem, podendo indicar uma demonstração de verdade ou até “tradicional” em suas atitudes e

ações, não escondendo questões que outras mulheres poderiam ocultar, como expor idade ou família, tentando priorizar a verdade em primeiro lugar.

Além destas percepções, por meio de suas fotos, *nick* e frases, a sua autorrepresentação, para este caso, parece ser de uma pessoa séria, discreta, “recatada”, que procura encontrar seu novo parceiro amoroso, conforme priorizou, por meio de sua auto-identidade virtual, não expondo, no site, fotos ou *nicks* considerados como “apelativos” ou ainda, “chamativos”, procurando dar mais “valor” a sua família.

4- *“Gostaria de conhecer alguém que seja carinhoso, comunicativo, romântico, sincero e que tenha intenção de manter um relacionamento sério. Sou realizada profissionalmente, mas busco um companheiro em toda assepsia da palavra. Não estou comprometida com ninguém no momento e aberta para um novo relacionamento. A pessoa que me escrever tem que gostar de relacionamento familiar, pois a minha família é muito unida e próxima. Gosto muito de pescaria, leitura, assistir filmes e viajar, claro que gosto de muitas outras coisas, mas esses são meus passatempos preferidos. Busco um companheiro que me surpreenda com pequenos gestos de carinho e romance, que goste de conversar quando estou carente, que seja um braço forte do meu lado me protegendo e amparando sem sufocar minha liberdade, que seja homem. Um homem que aceite meu lado espiritual e de serviço a caridade. Tem que ser resolvido financeiramente e que tenha ensino superior. Enfim aguardo que você que tem compatibilidade comigo e aceite o desafio de me conhecer melhor me escreva”.*

Esta exposição de perfil, também se diferencia das anteriores, no que se refere a sua autorrepresentação.

Neste caso, há expressões em seu discurso, um pouco mais formais e as palavras e frases parecem estar mais “bem colocadas” e distribuídas em seu perfil. Ela inicia sua fala procurando enfatizar características que busca em seu novo parceiro, como carinhoso, comunicativo, romântico, sincero e ainda, buscando um relacionamento sério. Ela prioriza também o convívio familiar, procurando homens que também “valorizem” a família. É realizada profissionalmente e busca uma pessoa que também a seja, tanto profissional como financeiramente e com curso superior, enfatizando este seu desejo, tanto no início de sua fala, como no final, a partir do momento que ela já está com sua vida estabilizada.

Quanto à exposição de frases “bem colocadas”, ela utiliza, em toda a sua descrição, palavras que podem ser consideradas “rebuscadas”, ou até “difíceis” como “*assepsia*”, ou

ainda nas construções das frases, como por exemplo, “...claro que gosto de muitas outras coisas, mas esses são meus passatempos preferidos..” ou ainda “Busco um companheiro que me surpreenda com pequenos gestos de carinho e romance...”. São formas de escrita bem mais formuladas e ordenadas, o que normalmente não ocorre com a maior parte das mulheres que expõem seus perfis no site.

Esta sua autorrepresentação virtual, por meio de suas palavras e frases, consideradas como “bem escritas”, explica-se pela sua auto-identidade, que também estão manifestas em suas fotos e *nick*. A sua auto-identificação no *nick* é pela sua profissão: “advogada2” e a observação de sua foto principal do perfil, demonstra que ela está séria, de perfil e com roupa formal. Ainda disponibiliza mais 06 fotos, algumas de rosto e outras de corpo inteiro, porém, nenhuma parecendo “apelativa” ou com “posições” consideradas mais “chamativas” ou ainda “estratégicas”.

Como citado anteriormente, parece haver, também na Internet, uma concorrência entre grupos, aqui no caso, entre as mulheres, pela forma como elas se auto-identificam, algumas mais “despojadas” e outras mais “discretas”, utilizando-se de suas autorrepresentações, para encontrar seus parceiros amorosos.

A percepção, para este quarto perfil, é de que ela queira encontrar um companheiro com o mesmo perfil dela, com profissão definida, estabilidade financeira e também que seja “sério”, buscando exteriorizar por meio do site de namoros *match.com*, a sua auto-identidade mais “recatada”, “discreta” e “formal”.

Ela ainda se identifica, pela frase disposta ao lado de sua foto principal do perfil: “Estou em busca de relacionamento sério” mais uma vez, transmitindo a ideia de seriedade, tanto dela, como da pessoa que ela busca na Internet.

Seu perfil, além de outros identificados no site pelas suas profissões, justifica o fato de essas mulheres não aceitarem se relacionar com homens que estejam “abaixo” delas profissionalmente e financeiramente.

Ela finaliza ainda, com expressões de carência, porém, também de “fragilidade”, quando se diz “*carente*” e que quer um homem que a proteja e ampare, porém, sem sufocar a sua liberdade, demonstrando que, ao mesmo tempo que ela quer ser “protegida”, também quer ter a sua liberdade e independência.

5- “Sou uma mulher apaixonada pela vida e procuro um homem bem humorado de bem com a vida, disponível e bem resolvido afetivamente que queira ter um relacionamento de respeito e duradouro. Espero que vc seja feliz...”

Para este perfil, ela inicia sua identificação dizendo-se apaixonada pela vida e à procura de um homem bem humorado, de bem com a vida, resolvido afetivamente e disponível. Em outras palavras, ela procura um homem desimpedido de relacionamentos anteriores, que não seja comprometido com nenhuma outra mulher, transmitindo a ideia, mais uma vez, de que homens que se cadastram em sites de namoro podem querer somente uma aventura. As expressões “de bem com a vida” podem transmitir que ela não queira um homem “problema” para ela, que já esteja “resolvido” afetivamente, sem problemas com a “ex”.

Além dessas expressões, ela transmite, ainda, a ideia de que é sonhadora e apaixonada pela vida e pela sua liberdade, não somente por meio de sua frase, mas também a partir da visualização de todo o seu perfil, sendo disponibilizada, ao lado da sua foto no site, a frase: “*A vida é construída nos sonhos e concretizada no amor...*”, sugerindo que os seus sonhos ainda podem ser vividos e consolidados. Na foto principal de seu perfil, ela aparece sorrindo, de corpo inteiro e com os braços abertos, incitando “liberdade”, “sonho”.

A sua auto-identidade em seu *nick*, também sugere “proximidade” ou “intimidade” utilizando-se do apelido para se expressar com atitude despretensiosa, como “*titta440*”, sendo uma maneira de tentar aproximar-se de homens, também com atitudes mais informais, podendo, assim, chamá-la pelo apelido.

6- *“Sou meiga, sensível e extremamente romântica, adoro família e amigos, dançar, praia. Adoro manifestações de afeto! Espero encontrar alguém feliz, de bem com a vida q goste de namorar, andar de mãos dadas...carinhoso, romântico! Espero encontrar alguém q me surpreenda, com telefonemas inesperados, carinhos ,flores...sentir q estou encantando rsrs, sendo lembrada, é claro q isto serve para ambos!” Bjs!*

Neste perfil, a sua auto-identidade no site parece estar representada por “delicadeza”, “meiguice”, “sensibilidade”, com estas expressões logo no início de sua descrição. Ela espera encontrar alguém também carinhoso e romântico como ela e que a surpreenda com flores e carinho. As suas expressões são bastante informais, inclusive com representações de risos “*rsrs*” e beijos “*Bjs!*” - características do ambiente virtual.

A partir da visualização de todo o seu perfil, ela também demonstra “delicadeza”, “amabilidade”, a partir da frase disponibilizada ao lado de sua foto principal: “*Penso q uma mulher deve ter como qualidade a delicadeza e o homem, o caráter!*”, enfatizando, desta forma, que ela “valoriza” a delicadeza feminina e o caráter masculino. Ainda, a partir de sua identificação pelo *nick* no diminutivo, sugerindo as mesmas expressões de delicadeza

“*gauchinha510*”, demonstrando formas femininas de expressão, como se quisesse ser “protegida”, pelo fato de expressar-se no diminutivo, transmitindo ideias como “sou sensível”, “pequena” ou ainda o “sexo frágil”, querendo ser protegida pelo homem que a escolher.

A partir da visualização de suas fotos, ela disponibiliza no site, 08 fotos, todas sorrindo, tanto de rosto como de corpo, sendo algumas, com a barriga exposta, numa forma de “valorização” de seu corpo em uma blusa curta. Ainda, houve a visualização de 02 fotos onde ela aparece com a mão no cabelo, numa forma de “mostrar” também, os seus cabelos. Toda essa autorrepresentatividade, a partir de suas fotos, sugere que ela tenta se “oferecer” aos homens, chamando a atenção por meio do seu corpo “em forma”.

Goffman (2007) refere que para cada papel que os indivíduos desempenham, há sempre por trás uma “solicitação” daquele que está representando, de que o aceitem e o levem a sério, no sentido de acreditarem naquilo que vêem, pretendendo que as coisas aparentem ser exatamente aquilo que está sendo representado, seja pelo corpo, rosto, roupas, gestos ou palavras, sempre com o intuito de convencer o outro. A autorrepresentatividade deste perfil está relacionada à informalidade e delicadeza feminina, tentando se aproximar dos homens pelas suas fotos e expressões.

7- *“Sou simples, objetiva, persistente, amiga, companheira, leal, sincera, mas com meus pontos fracos também, procuro alguém q tenha cumplicidade. Seja amigo, companheiro, inteligente, sincero e de bem com a vida”.*

Para este perfil retirado do site, ela parece identificar-se de forma rápida e simples, tentando transmitir o seu recado, sem muitas palavras ou expressões, procurando exteriorizar o seu desejo, de maneira mais “neutra” ou ainda “natural”, como ela mesma se diz, *“Sou simples, objetiva”*.

Quando visualizado o restante de seu perfil, a observação foi de que ela se identifica, com o seu *nick*, pelo nome próprio: *“Rose4327”*. Outra percepção quanto ao seu perfil foi de que em sua foto principal, ela está sentada, em um parque, com roupa do dia a dia, tomando chimarrão e com expressão séria. As suas outras 11 fotos, são também descontraídas, em diversos locais públicos, sem maiores sorrisos, sugerindo um “ar de naturalidade” ou ainda “neutralidade”, provavelmente, não querendo competir com as outras mulheres, que se identificam de forma mais “agressiva” ou “direta”, que “vão direto ao assunto”. Como citado anteriormente, parece haver uma competição entre elas, com identificações distintas, algumas

mais informais, outras mais formais, algumas mais “recatadas” e “sérias” e outras mais “audaciosas” e “diretas”. Neste perfil sua auto-identidade virtual parece estar mais voltada para “naturalidade”, tentando se expressar de forma neutra e simples.

Ela procura, ainda, finalizar esta parte de seu perfil, exteriorizando sua preferência por homem “*sincero e de bem com a vida*”, sugerindo estar presente novamente, à procura por homens sinceros, fiéis e que estejam “resolvidos” em suas vidas.

8- *“Adoro um bom beijo! Minha frase é: QUEM NÃO VALORIZA...PERDE! quero um homem feliz, um pouco palhaço”, igual a mim. sem stress. Na real, eu quero mesmo é um “AMOR VERDADEIRO E SINCERO” que curta a vida, que é boa demais. To carente de amor, carinho, atenção, cumplicidade, e companheirismo.*

Este perfil parece sugerir uma forte auto-identidade dela com a sensualidade, tentando externar aos homens, com suas expressões, que adora beijar e que está carente de carinho e atenção, sem preocupar-se com maiores identificações ou questões mais sérias, como na frase “*quero um homem feliz, um pouco ‘palhaço’, igual a mim. sem stress*”.

Na primeira frase do seu perfil, ela dispõe, em letras maiúsculas, que quer ser “valorizada”, pois quem não valorizá-la, irá perdê-la. Provavelmente, em seu relacionamento anterior, ela não foi “valorizada” como gostaria, procurando enfatizar esta prioridade a todo aquele que acessar o seu perfil no site e se interessar por ela.

A partir da visualização de todo o seu delineamento do perfil, ela disponibiliza 14 fotos no site, algumas sorrindo e outras séria, assim como, algumas de corpo inteiro e outras de rosto, em variadas “posições”, algumas mais “estratégicas” tentando salientar alguma parte de seu corpo, como pernas, em uma saia curta. Quanto ao seu *nick*, a sua auto-identidade virtual é “*karente411*”, sugerindo solidão e carência por um relacionamento, tentando sensibilizar os homens com essas expressões e ao mesmo tempo, incitando sensualidade tanto em suas palavras, como em suas fotos, com roupas e gestos expressivos.

A forma como estão distribuídas as palavras, com expressões “diretas”, sugere que ela queira atingir o público masculino que priorize mulheres “fogosas”, que gostem de beijar e que tenham sua sexualidade liberada, estando ela carente. Sua auto-identidade virtual é uma expressão de sensualidade ou ainda de que “vai direto ao assunto”.

9- *“Sou extremamente fiel quando me apaixono, leal e sincera. Odeio mentiras, falsidade e hipocrisia. Busco alguém que me complete como pessoa e como mulher. Em primeiro lugar tem que ser amigo. Não precisa ser perfeito, tem que ser humano, sensível, capaz de se emocionar e não ter vergonha de suas emoções”.*

Nesta autorrepresentação do site, ela parece tentar transmitir o seu recado, de forma direta, procurando enfatizar aquilo que ela considera de maior relevância quando da busca pelo seu parceiro, como fidelidade, lealdade e sinceridade, sem maiores detalhamentos. Porém, por suas palavras, parece ainda estar representado um “ar de seriedade” ou ainda, “formalidade”, com poucas palavras expressas nesta opção do site.

Quando da visualização do restante de seu perfil, a observação foi de que ela identifica seu *nick* pela sua profissão, como “*professora894*”, além de disponibilizar somente 01 foto no site, sendo esta, de rosto e com expressão séria. Ela também parece ter uma forma direta ou ainda “radical” de se expressar, quando se diz “*extremamente fiel*”, não aceitando um relacionamento em que o homem não seja fiel a ela, ou ainda, por meio das expressões, “*Odeio mentiras, falsidade e hipocrisia*”.

Como mencionado em perfis anteriores, quando da autorrepresentação pelas suas profissões, a percepção é de que elas não somente queiram externar suas profissões, já estando estabilizadas financeiramente e profissionalmente, como também podem não querer igualar-se a outras mulheres que disponibilizam seus perfis no site com outras características. As suas autorrepresentatividades pelas suas fotos, frases e *nicks*, sugerem uma concepção de que podem se sentir “superiores” àquelas que se identificam de forma mais “direta”, com expressões mais “apelativas”. Para esses casos, quando da identificação pelas suas profissões, elas procuram expressar suas palavras de maneira mais “formal”, “polida”. Pode-se ainda dizer que elas também vão “direto” ao assunto, porém, com outras “estratégias” expressando mais seriedade em suas palavras e fotos, tentando atingir o público masculino que priorize mulheres com estas características.

10- *“Sorriso aberto, autêntica, brilho no olho, bem humorada e transparente. Estou aqui para encontrar o meu par. Procuo uma pessoa bem legal que acredite no amor, que seja sincero, simples mas de bom gosto, bem humorado que tenha capacidade de dar e receber amor sem sufocar. Busco um relacionamento onde haja admiração mútua, cumplicidade, amizade, enfim tudo de bom. E se não evoluir... que eu tenha encontrado um amigo”.*

Na primeira frase deste perfil, ela expõe suas qualidades, descrevendo, a seguir, as características que espera em seu futuro parceiro. Algumas particularidades foram percebidas neste caso, quando da sua auto-identidade virtual. Ela se identifica como de sorriso aberto, autêntica e com “*brilho no olho*”, além de humorada e transparente. Outra peculiaridade observada foi a de expressar, em sua segunda frase, que procura alguém que não a venha “*sufocar*”, sugerindo “liberdade” em suas ações.

Quando da visualização de todo o seu perfil, sua auto-identificação com seu *nick* faz referência a um pássaro: “*Águia902*”. A águia, como mencionado anteriormente, é uma ave considerada, pela natureza, como veloz e com visão aguçada e privilegiada, podendo a autorrepresentação desta, que se identifica como águia, estar relacionada à visão, quando ela se diz que tem “*brilho no olho*”. Ainda, a águia por ser um pássaro, pode sugerir “liberdade”, podendo trazer a concepção de que ela é livre para voar ou livre para amar, ou ainda, livre para decidir suas atitudes. Sugere ainda, a partir de suas 08 fotos visualizadas no site, “informalidade”, sendo algumas de rosto e outras de corpo, onde ela aparece descontraída e sempre sorrindo. Outra observação foi de que ela também não parece estar muito preocupada em manter um relacionamento duradouro, a partir de sua frase: “*E se não evoluir... que eu tenha encontrado um amigo*”, transmitindo, mais uma vez, um ar de “liberdade” em suas expressões, sem procurar dar ênfase à sua nova relação, não sendo esta, uma prioridade, procurando externar, de forma clara e objetiva, que não está preocupada se a relação não der certo. Por ela se auto-identificar como “transparente”, também pode suscitar um relacionamento sem “cobranças”, a partir do momento em que ela também quer manter sua “liberdade”, ‘*sem sufocar*’. Para este perfil disponibilizado no site sugere uma autorrepresentação de “liberdade”, “transparência” e “informalidade”, podendo ela querer manter um relacionamento casual, sem compromisso.

11- “*Não busco ninguém além das minhas expectativas, alguém comum como eu, simples, de caráter, espírito esportivo, com seus problemas, mas, com disposição para soluções, dinâmico, que realmente queira recomeçar, sem medo de ser feliz*”.

A autorrepresentação, para este perfil, também não parece ser de uma pessoa muito exigente quanto a sua expectativa de encontrar seu parceiro amoroso, a partir do momento em que ela inicia sua frase, expondo que “*Não busco ninguém além das minhas expectativas*” tentando realçar que pode ser alguém simples e com problemas, como ela. Porém, parece dar maior ênfase a caráter, dinamismo, espírito esportivo e disposição.

A partir da observação de sua auto-identidade em seu *nick*, aqui há uma identidade com animais, neste caso, com o tigre: “*tigra5*”.

Como mencionado no início deste capítulo, da identificação dos *nicks* com animais, o tigre é considerado um animal forte fisicamente, podendo fazer referência a algum tipo de poder ou ainda posse daquela que se identifica desta forma. Ela enfatiza, em suas expressões na frase, que possui caráter, isto é, transmitindo a ideia de que ela é uma pessoa de “atitudes” e espera do seu parceiro que ele também tenha atitude em suas ações. Ainda cita dinamismo. Dinamismo ou disposição ou atitude, pode estar relacionado a movimento, força, ação, como as características de um tigre, que é veloz, independente e dinâmico.

Quando da visualização de suas fotos, a observação foi de que ela disponibiliza 04 fotos em seu perfil, sendo uma delas, montada em um cavalo, podendo justificar a forma como ela se representa no site, com “*espírito esportivo*”. Uma pessoa que tem espírito esportivo transmite a ideia de que sabe enfrentar uma derrota e que vence esta, com humildade, podendo estar fazendo menção ao seu relacionamento anterior, ou a alguma competição de hipismo, ou ainda de que ela é assim, sabe enfrentar suas perdas com caráter, dignidade e “*espírito esportivo*”, esperando esta mesma característica em seu futuro relacionamento. Além da foto em que ela aparece montada em um cavalo, as outras são de “valorização” do seu corpo, mais especificamente, de suas pernas, com roupas curtas, sugerindo “mostrar” ou “insinuar” o seu corpo a todo aquele que visualizar seu perfil no site de namoros *match.com*. Como mencionado, a partir da observação deste perfil, sua auto-identidade virtual sugere estar relacionada a uma pessoa de caráter, forte e dinâmica.

12- “*Sou guerreira, sonhadora e com muita vontade de ser feliz e aproveitar a vida! Nada de baixo astral e procuro alguém que queira compartilhar comigo tudo que gosto! Ser responsável, carinhoso, romântico, goste de sair, viajar, dançar e que principalmente goste de meus amigos e meus filhos*”.

As palavras digitadas neste perfil sugerem “informalidade” e/ou “proximidade” tanto pela forma de expressão das palavras, como pelos pontos de exclamação no final das frases e também de citações de linguagem coloquial, como “*Nada de baixo astral*” ou “*que queira compartilhar comigo tudo que gosto!*”. Ela procura ainda, com seu perfil virtual, exteriorizar suas vontades, tentando aproximar-se de homens que tenham os mesmos gostos dela, como sair, viajar, dançar, demonstrando, mais uma vez “proximidade” com seu futuro parceiro, quando diz que gostaria de compartilhar tudo com a outra pessoa.

A “informalidade” ou “proximidade”, para este caso, ainda parece estar presente no decorrer de suas expressões, quando ela cita que tem amigos, demonstrando ser uma pessoa sociável.

Além das palavras expressas nas frases, ela também se auto-identifica como “informal”, a partir de suas 17 fotos disponibilizadas em seu perfil, sendo todas, descontraídas, sorrindo, com amigos, familiares e filhos. Ainda sugere, a partir dessas fotos, “valorizar” suas raízes, tanto familiares como regionais, estando em 02 delas segurando a bandeira do RGS e em outras, com crianças, possivelmente, seus filhos. Ainda, outra forma de autorrepresentação para este caso é quanto ao seu *nick*, com a sua auto-identificação virtual como “*Gauchapoars*”, mais uma vez, demonstrando apreciar suas raízes regionais e culturais, a partir de todo o seu perfil disponibilizado no site.

13- *“Sou bastante caseira, uma pessoa carinhosa, atenciosa, interessada, parceira, beijoqueira, não sou ciumenta porque acredito que é preciso ser livre para poder voltar. Gostaria de conhecer alguém que tenha gostos semelhantes aos meus, que seja primeiramente desimpedido, inteligente, bem humorado, que goste de viajar, dar boas risadas e levar a vida o mais leve possível. Que goste de receber amigos e também ficar completamente e tão somente comigo.”*

Para este perfil, ela busca no seu futuro parceiro, que ele seja também caseiro como ela, que gosta de ficar em casa, sugerindo priorizar sua casa, sua família. Na continuação de sua frase, ela descreve seus atributos e características, como, atenciosa, interessada, carinhosa, parceira, etc., tudo aquilo que um homem provavelmente gostaria de encontrar em uma mulher, sugerindo atingir um público maior masculino. Em determinado momento de sua exposição ela se diz “*beijoqueira*”, sugerindo sensualidade ou ainda, uma sexualidade liberada. Ainda, na continuação de sua frase, ela faz referência a não se preocupar com ciúmes, dizendo-se não ciumenta, “... *porque acredito que é preciso ser livre para poder voltar*” transmitindo a concepção de que, em uma relação, tanto ela como ele, são livres para voltar a ter um novo relacionamento, não importando o que ficou para trás, ou se não tiveram sucesso, sendo que ciúme poderá até atrapalhar a relação. As palavras expressas na primeira frase, sugerem “liberdade” “informalidade” ou ainda “proximidade” dela com seu futuro parceiro, demonstrando atributos de sensualidade e liberdade em suas ações. Parece, ainda, haver uma prioridade, de que o homem que fizer contato com ela seja livre e desimpedido de relacionamentos anteriores, podendo, como em outros perfis visualizados, ser uma

preocupação das mulheres observadas, de que homens casados possam vir a tentar se relacionar com elas. A “informalidade” deste perfil do site parece ainda estar presente nas expressões *“dar boas risadas e levar a vida o mais leve possível”*.

Quando da visualização de todo o seu perfil disposto no site, a observação foi de que estas mesmas percepções estão também descritas em seu *nick* no diminutivo: *“Drinha55”*, transmitindo ainda uma certa “delicadeza” ou ainda “feminilidade”. As suas fotos disponibilizadas no site perfazem um total de 20, todas descontraídas, informais, em viagens de família, sendo que a maior parte delas, abraçada com crianças, possivelmente seus filhos, sugerindo, mais uma vez a sua “valorização” familiar e de sua casa.

Para a auto-identidade deste perfil, tanto pelas frases, como fotos e *nick*, sugere “informalidade”, “proximidade”, “descontração” e ainda “delicadeza”. A última observação faz, ainda, referência à sua primeira foto, onde ela aparece com roupa de festa, blusa brilhosa e maquiagem para a noite, o que sugere que ela queira ser vista, pelos homens, também mais “bela”, tentando se autovalorizar por meio do físico utilizando artefatos da indústria do embelezamento, disponibilizados em larga escala no comércio.

14- *“Sou independente, mental e financeiramente, tenho uma atitude curiosa pela vida. Adoro meu cantinho, muita música, natureza, trocar idéias... gosto de pessoas sinceras, sem muita complicação, que sejam versáteis, gostem de gente... amorosas, enfim... mais ou menos 1, 60m, 53 kg, mignon, branca, cabelos médios a curtos, lisos e mechados. manequim 38 e 42-busto”*.

Este perfil inicia com as características pessoais da observada, sugerindo “seriedade” e “formalidade” a partir das expressões iniciais de sua frase *“Sou independente, mental e financeiramente”*, tentando demonstrar uma característica mais “técnica”, sem muitas explicações quanto ao seu perfil. Ela diz ter *“uma atitude curiosa pela vida”*, porém, não esclarecendo bem que atitude é esta, talvez, querendo “deixar em aberto” para, em um segundo momento, externar isto ao seu novo parceiro. A partir da segunda frase há demonstrações de seus gostos, bem como de suas preferências pelo seu futuro companheiro.

No final de seu perfil ela se auto-identifica, disponibilizando seu tipo físico e suas medidas corporais, transmitindo a ideia de “valorização” de seu corpo, tipo físico e cabelo. Porém, a partir da visualização de todo o seu perfil no site, a percepção de suas fotos, foi de que das 04 disponibilizadas por ela, em 01 delas - a de sua página inicial - ela está séria, sentada em uma cadeira, com roupa simples, uma escrivadinha na sua frente, como se estivesse

trabalhando e as outras 03, são fotos de gatos, provavelmente, seus, justificando, talvez, que ela diz adorar a natureza e o seu cantinho.

A partir da observação de suas fotos, mesmo depois de visualizar a frase final do perfil, parecia transmitir uma “valorização” de seu corpo; entretanto, com a disponibilização de seu tipo físico, foi de que a sua auto-identidade virtual está relacionada mais a uma pessoa “séria”, “formal”, “simples” e “natural” e não uma autovalorização de seu corpo. Como complemento desta percepção, no seu *nick*, ela se auto-identifica com o seu nome: “*Lucianajob*”, demonstrando, mais uma vez, um “ar” de “simplicidade”, “naturalidade” ou ainda, “neutralidade”.

15- *“Me considero uma pessoa corajosa e me orgulho por batalhar pelas coisas que desejo, sem me acomodar. Sou uma pessoa alto astral, cheia de vida, otimista, educada, inteligente e modesta (hehehe). Valorizo muito o meu trabalho, as amizades e a família. Pessoas diferentes da média me entusiasmam. Gosto das pessoas que sabem o que querem, ousadas, cultas, criativas e bem humoradas. Espero fazer novos amigos por aqui e, quem sabe até mesmo um novo amor. Um abraço a você que leu o meu perfil”.*

Este último perfil sugere uma pessoa “descontraída” e “informal”, a partir de suas expressividades disponibilizadas nas frases. Ela inicia com suas qualidades, dizendo-se *corajosa* e *batalhadora*. A partir da sua segunda frase, expressões informais começam a ser visualizadas, como da digitação de risos “(hehehe)”, demonstrações muito comuns em *chats* e salas de encontros virtuais, sugerindo “proximidade” ou ainda, “informalidade” em suas atitudes. Ela ainda diz “valorizar” a família, as amizades e o seu trabalho, além de enfatizar que as diferenças, para ela, são importantes “*Pessoas diferentes da média me entusiasmam*”. A partir deste momento, ela procura exteriorizar suas preferências, finalizando, novamente, com palavras de “informalidade” e “proximidade”, “*Um abraço a você que leu o meu perfil*”. Além destes itens mencionados, ainda é utilizada por ela, uma linguagem bastante coloquial, como “*alto astral*” e “*cheia de vida*”.

Quando da visualização de todo o seu perfil, a observação por meio de seu *nick*, não foi diferente da verificada pelas frases, com a sua auto-identidade virtual como “*pessoalegal0*”. Ainda, em suas 11 fotos disponibilizadas no site, ela aparece “dando gargalhadas”, com fotos tanto, de rosto, como de corpo, neste caso, mais informais, sendo a primeira de seu perfil, ainda, mais formal quando se utiliza dos atributos do “mercado da beleza”, usando vestimenta de festa, “enfatizando” suas costas descobertas, em um vestido com um longo decote, além de

jóias e cabelo com penteado para a noite. Para esta última característica, sugere, mais uma vez “proximidade” dela com os homens, pelo fato de priorizar suas costas totalmente descobertas, que será visualizada por todo aquele que acessar seu perfil.

Além de todos os detalhes percebidos, neste último perfil, a sua frase de identificação, ao lado da foto principal, também sugere “informalidade” ou ainda, “jovialidade”, “*Alegria e espírito jovem, vivendo uma nova fase em minha vida*” transmitindo a ideia de que a sua idade não deverá ser empecilho para um novo relacionamento na Internet, pois ela se diz ter espírito jovem, procurando se aproximar de homens que se identifiquem com seu perfil.

A partir dos quinze exemplos retirados do site *match.com* e mencionados neste estudo, de mulheres na faixa etária entre 40 e 50 anos, que disponibilizaram seus perfis por meio de textos na opção do site “*mais sobre mim*”, além das fotos, *nicks* e frases expostos no decorrer deste trabalho, a observação parece ser de que elas possuem grupos diferenciados no site, podendo se considerar superiores umas às outras.

De acordo com as observações feitas durante todo o trabalho, algumas se auto-identificam como “sérias” “recatadas”, “polidas”, “formais”, “naturais”, ou ainda, “neutras”, procurando mencionar, nos seus perfis, que possuem profissões e sua independência financeira e profissional. Elas também utilizam palavras e frases mais “polidas”, “técnicas” ou ainda “diretas” e “claras”, sem muita demonstração de linguagem coloquial, além de suas fotos normalmente sérias, podendo atingir o público masculino que se identifique com elas a partir de suas palavras, expressividades e simbologias mais “polidas”, “sérias” e/ou “educadas”. Ainda, elas podem agir desta forma convencidas de que não serão capazes de provocar o desejo masculino, temendo, talvez, serem ironizadas por eles, mantendo uma “certa” ingenuidade em relação ao seu poder sensual feminino.

Outro grupo se auto-identifica de maneira mais “ousada”, “direta”, “informal”, “delicada” ou, ainda, “sensual”, transmitindo “proximidade” com o público masculino, normalmente com linguagem coloquial - do dia a dia - e também, com algumas expressões típicas de um ambiente virtual, “sem cerimônias”, como “*rsrsrs*”, “*bj*”.

A percepção, pelas observações feitas, é de existirem, pelo menos, 02 grandes grupos no site, numa concorrência entre eles, podendo as de um grupo, se considerar “superiores” às outras, numa forma de atingirem determinado público masculino, por meio de suas identidades virtuais. Enquanto um grupo tenta atingir um público masculino mais “recatado” e/ou “sério”, o outro espera atingir o público masculino mais “informal” e/ou “casual”.

Com toda essa autorrepresentatividade, com expressões e sinais que podem ser identificados pelos dados colhidos, elas tentam “mobilizar” ou ainda, “convencer” seus futuros parceiros, companheiros ou amigos virtuais, daquilo que elas são e o que elas querem que eles vejam no site sobre suas vidas, comportamentos, vontades, desejos, etc.

Além das percepções citadas, ainda há, em suas frases e textos, demonstrações de desejo por fidelidade e sinceridade masculina, além da maior parte delas estarem estabilizadas profissionalmente e financeiramente, todas divorciadas ou separadas de seus relacionamentos anteriores, não aceitando homens que não se igualem a elas nestas questões financeiras e/ou profissionais.

A partir de todo o cruzamento de dados feitos nesta pesquisa, com as autorrepresentações dessas mulheres e alguns textos observados, o que ainda pareceu ficar evidente, foi o fato de algumas fazerem menção a desilusões e desapontamentos vividos em seus relacionamentos passados, buscando, hoje, uma nova opção na Internet, como forma de suprir suas necessidades sentimentais e emocionais.

Hoje, os casamentos dificilmente se mantêm no tempo e a independência feminina tornou-se, muitas vezes, fator preponderante na estabilidade conjugal, tanto que algumas, ao disponibilizarem suas preferências, “sinalizam” a prioridade por homens “resolvidos” emocional, financeira e profissionalmente, ou ainda, de seus relacionamentos anteriores. Além da instabilidade hoje também estar presente para o universo masculino, a maior parte delas encontram-se profissionalmente e financeiramente estabilizadas, procurando, ainda, o seu equilíbrio sentimental, não se sujeitando a relações em que eles estejam “abaixo” delas.

A maior parte dessas mulheres, que se encontram nessa faixa etária pesquisada, podem, ainda, se sentir inseguras para um novo relacionamento, pelo fato de boa parte delas já ter constituído família anterior, algumas com filhos. A partir de suas idades elas podem se sentir “desmotivadas” para um novo relacionamento - face a face - além de sugerir preocupação por parte de algumas, quando da escolha por seu novo parceiro amoroso, devido a frustrações e desilusões anteriores.

Por meio da Internet, elas podem exteriorizar suas expressividades e vontades, em um novo espaço - virtual - com a possibilidade de disponibilizar seus perfis, podendo ainda detalhar os seus desejos quando da escolha pelos seus novos pretendentes, de acordo com suas preferências, demonstrando anseios, sem discriminações, por ser um ambiente sem a presença física.

Pelo site de namoros *match.com* e por estarem separadas e divorciadas de seus “ex” maridos e companheiros, elas expressam o desejo de viver uma nova etapa de suas vidas, à

procura de um novo relacionamento, a partir do momento em que, com o anterior, não tiveram sucesso.

Hoje, por meio da *web*, elas têm a oportunidade de encontrar seus mais novos parceiros amorosos, sem discriminações, utilizando-se de fotos, *nicks* e frases para se realizarem emocionalmente.

5.5 UMA RÁPIDA ANÁLISE SOBRE OS RELACIONAMENTOS

Embora se saiba que, nos dias atuais, em grande parte dos lares brasileiros as mulheres são a cabeça do lar, não estando mais sob a tutela do homem, participantes em todas as esferas da sociedade brasileira, percebe-se, ainda, que a insegurança é algo importante nas suas falas e na forma como elas se apresentam no site.

O relacionamento é um dos campos da vida que mais passa por transformações e os indivíduos da sociedade moderna estão sujeitos a todo o tipo de situações e problemas, quando, muitas vezes, as pessoas acabam sendo “obrigadas” a repensar suas atitudes.

Ao analisarmos o comportamento dos indivíduos - e nesta questão a Psicologia pode trazer muitas colaborações para o estudo das sociedades - verifica-se que o ser humano, de modo geral, tem seus canais de comunicação nas suas relações, cada um, manifesto de diferentes formas, utilizando o seu corpo, por meio de gestos, roupas e olhares, para se comunicar com o mundo externo, seja para conhecer novos amigos, companheiros, parceiros sexuais, etc. Toda esta forma de autorrepresentatividade pode ser considerada como canais de suas relações, para identificar e manter as interações e troca de informações uns com os outros. Assim, como são conectados canais de televisão e rádio, o ser humano aprende a selecionar os canais que se ajustem à pessoa com quem está se comunicando e interagindo. Goffman (2007) exemplifica bem esta questão, afirmando que:

Em presença de outros, o indivíduo geralmente inclui em sua atividade sinais que acentuam e configuram de modo impressionante fatos confirmatórios que, sem isso, poderiam permanecer despercebidos ou obscuros. Pois se a atividade do indivíduo tem de tornar-se significativa para os outros, ele precisa mobilizá-la de modo que expresse, *durante a interação*, o que ele precisa transmitir (GOFFMAN, 2007, p. 36-37).

O que o autor quis enfatizar é que, quando nos relacionamos, incluímos sinais em nossas interações, procurando sempre buscar a aceitação do outro. Nossas atividades tornam-se, com estes sinais, uma forma significativa de mobilização perante a outra pessoa, fazendo com que seja transmitido aquilo que efetivamente queremos transmitir. Toda essa simbologia não acontece somente com a comunicação face a face, mas também pela *web*, sendo os textos digitalizados e as expressividades por meio das fotos, a simbologia virtual.

O ser humano sempre se utilizou de simbologias como forma de comunicação e futuras relações. Azevedo (1986) cita que nos tempos antigos, aquele que tentasse captar a atenção de sua pretensa namorada, o fazia por meio de alguns sinais, como forma de comunicação à distância. Esses normalmente eram expressos da janela de suas casas, onde a mulher estaria em uma e o homem em outra, podendo se expressar por códigos, com olhar, gestos, sendo esses, uma forma de comunicação e mensagem transmitida de um lado a outro,

Em um passado bem mais recuado, o candidato, uma vez que havia captado a atenção da pretendida, passava a exibir uma variedade de sinais, por meio dos quais se comunicava à distância com aquela: flores à lapela do paletó, lenço disposto de maneira convencionada no bolso peitoral, movimentos com a bengala, enquanto à parceira, cabia responder com flores e cores diferentes no vestido, com determinados modos de exibir o leque e o lenço, de acordo com um código que os almanaques e os manuais de etiqueta divulgavam (AZEVEDO, 1986, p. 16).

Além das comunicações à distância, outra forma de sinais utilizada na época, era por meio dos elementos físicos, que poderiam ser flores na lapela, movimentos com a bengala ou ainda, no caso das mulheres, o leque e o lenço. É interessante salientar que o leque e o lenço, utilizados na época pelas mulheres são até hoje usados, como mencionado anteriormente, nas fotos visualizadas, comprovando, mais uma vez, que a moda volta, alterando os seus formatos e contornos, com os objetos, adornos e vestimentas, fazendo uma viagem de ida e volta no tempo.

Outro hábito utilizado anos atrás pelos pretensos namorados era o das moças passearem nas ruas principais da cidade, diante dos “olhares” dos moços que se formavam em grupos no meio das ruas ou à beira das calçadas,

Ainda hoje persiste, particularmente nas pequenas cidades, o hábito desse passeio das moças diante dos grupos de rapazes que estacionam a beira das calçadas, ou no meio das ruas, nos domingos após a missa, à noite durante as retretas das filarmônicas para “tirar uma linha” e encetar um namoro sério (AZEVEDO, 1986, p. 16).

A partir do século XIX, o namoro passa por uma mudança facilitada pela inserção dos meios de transporte promovendo uma nova forma de encontro dos casais, por meio da locomoção.

Hoje, os relacionamentos também se diferenciam do passado, no que diz respeito a sua funcionalidade. Antigamente as relações afetivas tinham início, meio e fim. Iniciava com o namoro, dando continuidade ao noivado e finalizava com o casamento. Com o passar dos anos, a Instituição casamento foi sendo substituída por outros formatos como “morar junto”, “paquerar” e “ficar”. Como citado no início deste estudo, o “ficar” é um envolvimento momentâneo e passageiro caracterizado apenas por contatos corporais e trocas de carícias, não possuindo, em princípio, nenhuma troca de sentimentos ou emoções e nem tão pouco de expectativas de continuidade da relação. É um relacionamento sem nenhum compromisso sério ou perspectiva de seguir adiante (SCHUCH, 1998).

Essas mesmas mudanças ocorridas com os relacionamentos passados, também se refletiram na mulher, que em tempos de outrora, se submetia a controles mais rigorosos do marido e que, com o decorrer dos anos, passou de coadjuvante para protagonista da história, fazendo parte de um contexto sócio-cultural até então não vivido por elas e, se antes elas não podiam ter voz ativa, hoje não só fazem parte do espaço público como também são detentoras dos meios de comunicação, podendo escolher seus relacionamentos e a forma como irão adquiri-los.

Ainda Azevedo (1986) menciona que as iniciativas de namoro, nos tempos antigos, obedeciam a um padrão, com os olhares partindo dos homens, permanecendo para as mulheres, o papel passivo de esperar, como forma de “valorização” perante a sociedade e aos homens, conforme citado pelo autor. “Via de regra os olhares provocativos partem dos moços e são o preâmbulo de palavras amáveis, de ditos chistosos, de pés-de-conversa, com os quais se firma o relacionamento” (AZEVEDO, 1986, p. 18). O fato é que, nos dias de hoje, essa regra já não se estabelece mais, ocorrendo uma quase igualdade de papéis, sendo a mulher também ativa nas atitudes e nos relacionamentos, porém, não desaparecendo por completo o modelo antigo.

Embora se saiba que nos dias atuais a maior parte das mulheres são independentes profissionalmente, financeiramente e em todos os campos da sociedade moderna, a solidão parece ainda ser um dos pontos cegos que há no horizonte feminino.

Quando das citações de mulheres pela procura por homens “resolvidos” de seus relacionamentos anteriores, ou ainda pelas suas auto-identidades virtuais, parece estar presente, ainda, uma “certa insegurança” quanto aos seus mais novos relacionamentos pela

Internet, ou de que homens casados possam vir a fazer contato com elas. Quando da inserção de seus perfis no site de namoros *match.com*, algumas dessas citações podem ser justificadas por pesquisas sobre a solidão feminina.

Os sinais dessa solidão costumam chegar quando a mulher atinge a idade entre 40 e 50 anos, e as identidades de mãe e de esposa parecem desaparecer. No que tange aos relacionamentos sexuais, nesse período há muitos divórcios e parece que ocorre um golpe cruel do destino, porque talvez a mulher sinta que as suas faculdades de sedução não servem mais para “fisgar” um relacionamento, e aquela que não chegou a se casar, pode entrar em choque consigo mesma, acreditando não mais ser possível conseguir um relacionamento ou um parceiro amoroso. Ainda, aquelas que casaram e se separaram, hoje pertencem a uma “faixa” de “divorciadas” ou “separadas”, podendo ser “discriminadas” perante os homens e a sociedade. A partir desse contexto, a mulher opta por conhecer novas redes de relacionamento - as virtuais - com o objetivo de interagir, conhecer novas amigas e quem sabe, um futuro parceiro, sem serem discriminadas por idade ou estado civil, pelo fato de o fazerem via *web*, uma maneira considerada mais “segura” em termos de discriminação.

A partir de pesquisas da FGV - Fundação Getúlio Vargas e de dados do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, disponibilizados em reportagem da revista *Veja*, em abril de 2005, as mulheres sozinhas, além da idade, se deparam com uma dificuldade crucial: a desvantagem numérica. De acordo com as pesquisas, o número de mulheres solteiras, viúvas e separadas no Brasil, ultrapassa o de homens, há quatro décadas. No censo do IBGE de 2000, a representatividade das mulheres era de 20 milhões, enquanto a dos homens era de 15 milhões. Estudos da FGV, ainda mostram que, a partir dos 35 anos de idade, a taxa de solidão feminina aumenta e a do homem diminui, sendo que a cada cinco anos, a diferença entre elas cresce em média cinco pontos percentuais. Nesta mesma reportagem - Marcelo Néri - economista e coordenador da pesquisa refere que “*Na idade adulta, quatro de cada dez mulheres brasileiras estão sozinhas*” e que na faixa dos 50 anos, o número de mulheres que vivem só é duas vezes maior que dos homens, sendo que aos 60 anos, essa proporção triplica. Resumindo, parece que quanto mais a mulher amadurece e envelhece, menos chances ela tem de encontrar um parceiro amoroso.

A partir dos dados especificados, a figura a seguir foi retirada desta mesma pesquisa, fazendo um comparativo entre a mulher e o homem, que para eles, a taxa de solidão é o oposto do universo feminino, diminuindo na passagem dos 40 para os 50 anos e se mantendo estável por volta dos 60 anos.

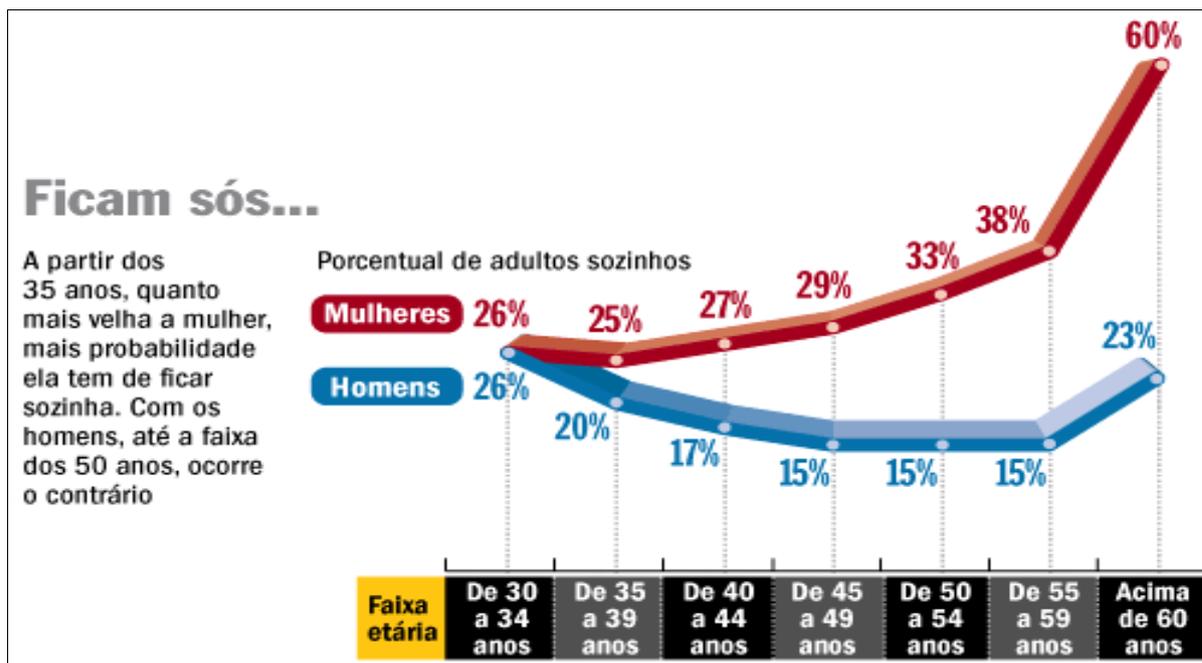


Figura 7 - Percentual de adultos sozinhos

Fonte: Veja On-line (2010)

Por volta dos 30 anos, quando a solidão feminina começa a ultrapassar a masculina, a população de mulheres é 4% maior que a dos homens e aos 60 anos essa diferença sobe para 13%. Esta tendência pode ser explicada pelo fato de a mulher viver mais que os homens, em média, oito anos. Ailton Amélio da Silva - Professor do Departamento de Psicologia Experimental da Universidade Federal de São Paulo - enfatiza que, a outra razão que aumenta as taxas de solidão feminina é porque pesquisas mostram, ainda, que os homens, normalmente os de idade madura, procuram mulheres mais jovens que eles para se casar e que os da faixa etária dos 60 anos escolhem suas parceiras, normalmente quatorze anos mais jovens.

A partir das pesquisas a conclusão é de que enquanto eles priorizam juventude, na procura de uma companheira, elas buscam parceiros bem sucedidos profissionalmente e inteligentes e como o grau de exigência delas é maior, principalmente para aquelas que já são profissionais de sucesso, as opções fatalmente se reduzem.

As pesquisas da FGV mostram ainda, que as mulheres sozinhas são as que possuem melhor situação sócioeconômica, com melhores empregos, melhores salários e com escolaridade maior, não se sujeitando a relacionamentos em que o seu parceiro esteja “abaixo” delas financeiramente ou profissionalmente, conforme citado anteriormente.

Fazendo um comparativo dos dados estatísticos mencionados, com os perfis visualizados e observados do site, de mulheres na faixa etária entre 40 e 50 anos, há uma

percepção de que as pesquisas estão corretas. As mulheres, já estabilizadas financeiramente e profissionalmente, não se sujeitam a se relacionar com homens que estejam inferiores a elas nestas questões, procurando descobrir, em um novo ambiente - virtual - conhecer pretendentes “à altura delas”, porém, enfrentando, ainda, o estigma da idade, além de muitos dos homens, dessa faixa etária, buscarem se relacionar com mulheres bem mais jovens.

Com todos esses enigmas que o universo feminino enfrenta, a mulher procura encontrar novas formas de se relacionar e encontrar seu parceiro amoroso e a utilizar seus canais de comunicação, diálogo e afinidades de outras maneiras, muitas vezes, por falta de opção, ou até mesmo por insegurança ou medo.

Conforme mencionado em capítulo anterior, nas fotos disponibilizadas em um ambiente virtual, as mulheres procuram exteriorizar sua melhor aparência, com roupas e acessórios encontrados em larga escala no “mercado” da beleza, além de usufruírem de palavras e expressões exteriorizadas por meio dos *nicks* e frases criados no momento de inscrição no site, sendo fator preponderante de comunicação, os sinais expressos via *web*.

Com o adiantar da idade, mulheres dessa faixa etária, podem, ainda, se sentir “velhas” e sem condições físicas de procurarem novos relacionamentos pelo considerado “avançado da idade” e até mesmo por medo de serem “troçadas” por outras, mais jovens Goldemberg (2007). A partir daí, elas buscam uma nova forma de poder se relacionar, diferentemente das convencionais - face a face - podendo exteriorizar seus sentimentos, ambições, emoções e ansiedades, por meio de um computador.

Fisicamente, as mulheres também podem utilizar seus canais de comunicação e interação por meio do vestuário, com outros estilos, como por exemplo - estilo masculino - podendo, desta forma, exprimir atributos masculinos, como poder, decisão, autoridade e controle, tornando-se “à altura deles”. Com esse tipo de atitude elas podem tornar-se mais “próximas” do espaço dos homens, procurando canalizar suas energias de forma a não serem mais “observadoras” e sim “detentoras da ação”. Esses casos podem ser exemplificados pelas mulheres que se identificam no site com perfis característicos de poder, autoridade e domínio, conforme citado anteriormente, utilizando os *nicks* “*poderosa*”, “*deusa*”, “*morenapoderosa*”, ou ainda com algumas fotos que, por não temerem se assemelhar aos homens, elas fogem dos padrões femininos, utilizando roupas do vestuário masculino, como por exemplo, calças compridas.

Em outros casos, há mulheres que se vestem ou se identificam de maneira sedutora a fim de realçar a percepção da sua própria energia feminina, como nos exemplos citados, onde elas aparecem vestindo blusas decotadas, enfatizando os seios, as costas, ou com uma saia

curta expondo suas pernas. Ainda, esta representatividade pôde ser verificada pelos seus *nicks*, como “*Kakaugostosa*”. A explicação para estes casos pode ser de que a sua percepção consciente está intimamente entrelaçada com o seu próprio senso de feminilidade ou sensualidade, na aplicação sexual. Para estes casos, elas podem ainda, ter uma baixa estima, procurando, com a roupa sensual ou das palavras digitalizadas, uma forma de ser “reconhecida”, “vista” e “encontrada” pelos homens. A dor de não ser aceita pode ser tão grande, que na prática ela exterioriza seus comportamentos por meio das vestimentas e do linguajar coloquial com o intuito de, legitimamente, “se mostrar” e chamar a atenção dos homens.

Tanto no primeiro caso de mulheres que exprimem atributos masculinos, como no segundo, de mulheres que se vestem ou identificam-se de forma mais sedutora, parece sugerir um apelo no que tange a “ser olhada” e “desejada”, tornando-se visível aos homens, com a finalidade de não ser “rejeitada”.

Quando algumas mulheres, da faixa etária pesquisada, inserem seus perfis, características e frases de identificação no site de namoros *match.com*, procuram fazê-la de forma que possam “ser aceitas” pelos homens, na ânsia de conseguir um relacionamento talvez como os de outrora, por meio de uma rede mundial de computadores, como se por esse novo contato, a aceitação dela não seja mais discriminatória.

Alguns estudiosos das novas formas de relacionamento pela Internet, ao tentar explicar as respostas para o crescimento acelerado do namoro pela *web*, referem ao fato do ser humano se sentir, cada vez mais, carente, tímido e com medo de ficar só, buscando companhia, na mais nova e moderna “arma” das relações sociais, que entra no vazio emocional de cada ser humano e mesmo sendo impessoal e até considerada “fria” por alguns - por se tratar de uma interação por meio de uma máquina - ela é considerada a mais útil e grande sedutora das relações sociais da atualidade.

Para o caso das mulheres entre 40 e 50 anos, pelo fato de o contato ser virtual e não presencial, e ainda podendo elas se sentir “constrangidas” pelo “avançado da idade” para encarar um novo relacionamento de forma convencional, é de se esperar que em um site de namoros - virtual - elas se sintam mais “à vontade” em expor suas pretensões, que talvez, face a face, não teriam coragem de fazê-lo.

A Internet cumpre uma função fundamental de aproximar pessoas em um mundo cada vez mais interligado, preenchendo solidão e carência dos indivíduos, mas se por um lado as pessoas se sentem mais “seguras” nesse tipo de relacionamento, por outro, essa nova “onda interativa” também pode ser considerada vulnerável por não haver uma visão física real que

facilite aspectos de denúncia sobre o outro. De acordo com alguns especialistas da área, as oportunidades de se perder a razão, deixando-se levar pelas carências diante de um computador são maiores sem o contato físico, justificando o aumento de violências cometidas, premeditadamente, por “psicopatas eletrônicos”.

Atualmente alguns autores têm se preocupado em divulgar formas de como navegar conscientemente e seguramente pela Internet, sem correr o risco de se deixar influenciar por pessoas mal intencionadas que se aproveitam do anonimato permitido pela rede, para enganar e ludibriar, sendo uma dessas formas, considerada como segura, de marcar encontros em lugares públicos e em horário comercial.

Porém, com todas as “inseguranças” de um relacionamento virtual, não há como negar que a *web* preencheu e transformou o cenário social da vida humana com uma revolução tecnológica, concentrada nas tecnologias da informação, sendo esta uma nova tendência da sociedade e do universo feminino, com a Internet penetrando em todas as esferas da atividade humana, com as pessoas se utilizando de suas auto-identidades virtuais, como forma de refazerem seus relacionamentos, na mais nova teia social digitalizada.

5.6 AUTORREPRESENTAÇÃO DAS MULHERES NA INTERNET A PARTIR DAS CONCEPÇÕES DE GOFFMAN

Além das análises desenvolvidas no decorrer de todo este capítulo, por meio das fotos, *nicks*, frases e textos, bem como das pesquisas sobre os enigmas femininos, o presente estudo ainda se propôs a desenvolver uma discussão teórico-prática sobre a construção identitária das mulheres observadas, a partir das concepções ou “máscaras” de Goffman (2007).

O autor discorre sobre a forma como as pessoas emitem suas impressões, quando chegam à presença de outras, tentando transmitir aquilo que lhes interessa, seja por meio de sinais e/ou simbologias representativas. Sob este aspecto, procurou-se realizar um cruzamento de dados da pesquisa etnográfica no ambiente virtual, com as concepções do autor, com o objetivo de enriquecer o estudo.

Da mesma forma que os indivíduos transmitem suas intenções quando estão na presença de outros - face a face - na Internet essas intenções também podem ser expressas,

pelo fato de as pessoas terem seus interesses pessoais, tanto no ambiente presencial como no virtual.

A partir das análises do estudo proposto, a conclusão quanto ao objetivo dessas mulheres que se cadastram no site de namoros *match.com*, é o de encontrar seus mais novos parceiros amorosos, pela disponibilização de suas melhores fotos, ou expressando suas vontades e anseios por meio de *nicks* e textos, com a finalidade de impressionar ou, ainda, chamar a atenção dos homens. As pessoas, de um modo geral, quando estão interagindo com outras, “formatam” representações e modos de agir, como “máscaras”, de forma a serem aceitas em suas atitudes perante o seu público-alvo. (GOFFMAN, 2007).

Pelo fato de essas representações poderem ser expressas, tanto fisicamente, como virtualmente, com o indivíduo tentando expor aquilo que efetivamente lhe interessa transmitir - tentando chamar a atenção do outro - a presente pesquisa utilizou as representações ou “máscaras” especificadas pelo autor, para exemplificar os dados colhidos no site de namoros *match.com*, quando da autorrepresentação das mulheres no ambiente virtual.

Quanto à informação, palavras ditas ou expressas a respeito de si servirão para definir a situação atual e de como os outros irão conhecer antecipadamente aquela pessoa, assim como o seu público saberá qual a melhor forma de agir, de acordo com os dados informados e formatados antecipadamente.

O ser humano costuma tirar conclusões, a partir de muitas fontes de informações e se não se tem conhecimento da pessoa com a qual se está interagindo, pode-se fazer ilações a partir de indicações baseadas em experiências passadas ou com indivíduos aproximadamente parecidos com outros que se conhece e até mesmo aplicar estereótipos não comprovados. Vale, aqui, ressaltar que estereótipos são pré-concepções criadas por nós, invertendo, muitas vezes, os papéis representativos que entendemos como sendo reais. Goffman (2007) exemplifica estas questões afirmando que “Assim, quando uma pessoa chega à presença de outras, existe, em geral, alguma razão que a leva a atuar de forma a transmitir a elas a impressão que lhe interessa” (GOFFMAN, 2007, p. 13). O autor cita o fato de que quando um indivíduo está diante de outros, poderá ter diversos objetivos, mas principalmente, o de regular a conduta do(s) outro(s), isto é, a maneira como irão tratá-lo e recebê-lo é o que interessa a ele. É de certa forma uma atitude de “manipulação”, que pode ser expressa tanto por meio de declarações e palavras ditas, como de representações simbólicas, quando o indivíduo terá o interesse de transmitir aos outros a impressão que lhe interessa.

As diversas formas de comunicação podem ser dadas tanto por expressões fornecidas, como emitidas, de natureza não verbal e não intencional, quer sejam elas arquitetadas

propositadamente ou não, conforme mencionado, “(...) quando um indivíduo se apresenta diante de outros, terá muitos motivos para procurar controlar a impressão que estes recebem da situação” (GOFFMAN, 2007, p. 23). Ainda afirma que,

Os outros, por sua vez, podem ficar convenientemente impressionados pelos esforços do indivíduo em comunicar-se, ou podem não compreender a situação e chegar a conclusões que não se justificam nem pelo propósito do indivíduo nem pelos fatos. Em todo o caso, na medida em que os outros agem como se o indivíduo tivesse transmitido uma determinada impressão, podemos ter uma perspectiva funcional ou pragmática, e considerar que o indivíduo projetou ‘efetivamente’ uma certa definição da situação e ‘efetivamente’ promoveu a compreensão obtida por um certo estado de coisas (GOFFMAN, 2007, p. 15-16).

Goffman (2007) enumera as atitudes e os comportamentos dos indivíduos, quando interagem com outros, com sinais e/ou simbologias expressivas, como “máscaras”, denominados de diferentes formas, pelo autor, e para cada caso específico.

A partir dessas concepções criadas pelo autor procurou-se, identificar os perfis das mulheres que se cadastram na plataforma *match.com*, tentando aproximar as análises feitas, com as identidades criadas pelo autor, a partir das diversas simbologias que estão representadas no site.

Dentre as formas de identificação criadas por Goffman (2007), tentando definir os comportamentos dos indivíduos, uma delas refere-se à pessoa - ator - quando está tentando interagir com outras, sendo que esta pode não estar totalmente convencida de suas atuações e práticas, podendo levar, o seu público a acreditar em outros fins que não sejam a ideia que fazem dela ou da situação. Nesse caso em que a própria pessoa não acredita na sua própria atuação, Goffman (2007) a denomina de “cínica”. Sendo assim, “cínico” pode ser todo aquele indivíduo que não está totalmente ciente ou convencido de sua própria ação. Em contrapartida ao “cínico”, o autor denomina de “sincera”, toda aquela pessoa que acredita fielmente na impressão criada por ela própria. Porém, de acordo com o autor, há sempre, por parte de todos os indivíduos “atores”, um interesse pessoal em suas representações e ações, não significando que sejam sempre “cínicos” ou “sinceros”, podendo variar entre um e outro, dependendo da situação. Em outras palavras, o indivíduo poderá enganar o seu público, não com a intenção de prejudicar ou lesar o outro, mas por acreditar serem suas atitudes um bem para os outros e para ele próprio (GOFFMAN, 2007).

Fazendo um comparativo das concepções do autor com relação aos indivíduos “cínicos” e “sinceros” e a partir das análises desenvolvidas no ambiente virtual, quando das autorrepresentações das mulheres à procura pelo seu futuro parceiro, podem elas, em

determinado momento, ser consideradas “cínicas”, quando não estiverem totalmente convencidas de que a melhor opção de encontrar seu parceiro afetivo deve ser feita por meio de um site de relacionamentos na Internet, podendo desviar o objetivo daquele que acessar o site e se interessar por ela. Explicando de outra forma, pelo fato de ela mesma não estar convencida de que esta é a melhor forma de conhecer seu novo parceiro, expressando frases de dúvida e incerteza, poderão os homens efetivamente não se interessar, acreditando que ela não está procurando conhecer alguém pela Internet, pela forma como se expressou em seu perfil sugerindo, talvez, “desprezo” ou “repudio” por parte dos homens ao invés de “aproximação”. Um dos exemplos citados anteriormente, de mulheres que parecem não estar totalmente convencidas quanto às suas escolhas serem feitas pela Internet, podendo ser consideradas como “cínicas” é *“Não acredito muito mas... eu procuro...cia, alguém com vontade de curtir a vida sem ficar se fazendo...odeio isso...alguém que goste de cinema, praia, serra, esportes, uma boa conversa (fundamental), aprecie um bom vinho...sei lá...acho que o básico de um relacionamento..”*.

Em contrapartida, as “sinceras”, podem ser a grande maioria das mulheres observadas, que acreditam num relacionamento em que por meio de um site de namoros, como o *match.com*, elas conhecerão seu novo amor, sendo suas vontades manifestas das mais variadas atitudes, tanto pelas fotos como pelos seus *nicks* e frases, exteriorizando a sua “aproximação” aos homens, como os dois exemplos citados *“Acredito no amor e quero vivê-lo”*; *“Quero ser feliz. Afinal todos temos este direito. Basta encontrar a pessoa certa”*, acreditando que por meio da Internet, poderão encontrar o seu par ideal.

Além destes últimos exemplos citados, de mulheres que podem ser consideradas como “sinceras”, pela concepção do autor, outros perfis seriam de todas aquelas mulheres que se identificam no site utilizando-se de adereços e adornos para se apresentar aos homens, numa forma de se tornarem mais “belas” ao olhar deles, ou ainda de tentar “melhorar” ou “aperfeiçoar” sua aparência, acreditando ser esta, a melhor forma de se apresentar no site.

Ainda, podem ser consideradas como “sinceras” todas aquelas que se utilizam do “mercado” da beleza, com maquiagens, cabelos pintados, etc., tentando “aperfeiçoar” seus rostos e corpos, por acreditarem que estarão mais “formosas”, podendo ainda, sugerir mais “feminilidade” ou “delicadeza” aos homens. Quando da utilização de adereços ou pelo consumo no “mercado” da beleza, elas podem ser consideradas “sinceras”, pelo fato de acreditarem que esta é a melhor opção de “chamar a atenção” de seus futuros parceiros, com os diversos artifícios que podem se utilizar, sendo visualizadas, pelos homens, por meio de suas fotos inseridas no site. Porém, vale ressaltar que elas poderão também ser consideradas

“cínicas” quando não estiverem totalmente convictas de que por meio desses artifícios, elas efetivamente conseguirão “chamar a atenção” de seus futuros pretendentes, ou ainda, podendo chamar a atenção de alguns e de outros não, atingindo somente um determinado público masculino, que admira mulheres que se utilizam desses elementos estéticos.

Outra forma de identificação nominada por Goffman (2007), quanto ao comportamento dos indivíduos, diz respeito ao que ele designa de “fachada”. Para esta especificação, o autor enfatiza que “fachada” é “(...) todo o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 2007, p. 29). Ainda, além de “fachada” o autor nomina de “fachada pessoal”, tudo o que estiver relacionado a vestuário, a características dos indivíduos como, idade, sexo, raça, atitudes, aparência, altura, padrões de linguagem, expressões faciais e gestos corporais. Dependendo do caso, alguns desses veículos de transmissão de sinais podem ser fixos, como as características físicas e raciais, e em outros não, como as expressões faciais, gestos corporais, linguagens ou outras representações.

Para os perfis pesquisados no site, a “fachada”, de acordo com Goffman (2007), pode ser todo aquele equipamento ou aparelho utilizado como forma de interação e disponibilizado no site, que, no caso específico deste estudo, são as fotos, *nicks*, frases e textos de auto-identidade disponibilizados pelas mulheres, podendo ser intencional ou não, com as diversas opções que o site disponibiliza para a inscrição dos dados, como por exemplo, para os textos digitados, onde a opção do site é “*mais sobre mim*”. Ainda as fotos, podem ser exemplos de uma “fachada” intencional e consciente pelo fato de sugerirem mostrar seu corpo e rosto, buscando, “intencionalmente”, mostrar aos homens, exatamente como elas são, “belas”, “formosas” e com um “bom tipo físico”.

A “fachada” não intencional pode ser representada por expressões criadas de forma inconsciente, por frases de incerteza, como os exemplos citados anteriormente, onde elas podem ter dúvidas de se relacionarem pela Internet ou não. Porém, tanto para os primeiros casos, das fotos onde elas aparecem procurando destacar alguma parte de seu corpo ou rosto, como das expressões consideradas como não intencionais, podem ser tanto conscientes como inconscientes, intencionais ou não, pelo fato de, em determinado momento, deixar transparecer um objetivo, porém no momento de externar este, não conseguirem se fazer entender para o seu público, transmitindo-o de forma não clara ou dúbia.

Para a “fachada pessoal”, os exemplos que podem ser descritos, aqui, são as características das mulheres, disponibilizadas no site, quando das suas inscrições, como raça, cor, altura, aparência, tipo físico, idade, etc. Ainda, as expressões faciais, as palavras

expressas e os gestos corporais, que são, para o autor, veículos de transmissão de sinais não fixos, demonstrados pelas inúmeras fotos, podem ser considerados como “fachada pessoal”, sugerindo “chamar a atenção” do olhar dos homens.

A auto-identidade dessas mulheres é feita por esses diferentes sinais e/ou simbologias, seja pelas roupas e/ou adereços, mas também pelos gestos, características pessoais, linguagens e expressões digitalizadas, podendo ser intencional ou não, no intuito de ser “vista”, “olhada” e “escolhida” pelo seu futuro parceiro amoroso.

Goffman (2007) ainda denomina de “aparência”, os estímulos que funcionam para revelar o *status* social do indivíduo, como a representatividade de uma situação formal ou informal, conforme mencionado pelo autor:

Pode-se chamar de ‘aparência’ aqueles estímulos que funcionam no momento para nos revelar o *status* social do ator. Tais estímulos nos informam também sobre o estado ritual temporário do indivíduo, isto é, se ele está empenhado numa atividade social formal, trabalho ou recreação informal, se está realizando, ou não, uma nova fase no ciclo das estações ou no seu ciclo de vida (GOFFMAN, 2007, p. 31).

Para as mulheres observadas neste estudo, a “aparência” pode estar relacionada aos diversos estímulos e/ou incentivos que elas têm no momento da inserção de seus perfis no site, com o intuito de atingir um determinado público-alvo. Este objetivo pode estar direcionado a encontrar um novo parceiro afetivo, de refazer um relacionamento, seja duradouro ou casual, por meio da Internet. Um estímulo, ainda pode ser definido como um impulso de uma causa para um efeito esperado. Para a Fisiologia, o estímulo pode estar relacionado ao desejo ou à atividade sexual dos indivíduos. Para a Psicologia, este pode ser toda a incitação que provoca uma resposta em particular, ou caso específico. No caso das mulheres observadas, a “aparência” pode ser o que efetivamente as incentivou ou as impulsionou a criar um perfil em um site de relacionamentos na Internet, isto é, de satisfazer os seus desejos, de encontrar o seu novo parceiro amoroso, ou ainda, atender aos seus anseios sexuais, exemplificados, por meio dos diversos perfis mencionados no decorrer deste estudo.

Outra forma de identificação denominada por Goffman (2007) para a representação dos indivíduos “atores” perante os outros é chamado por ele de “maneira” conforme referido:

(...) os estímulos que funcionam no momento para nos informar sobre o papel de interação que o ator espera desempenhar na situação que se aproxima. Assim, uma maneira arrogante, agressiva, pode dar a impressão de que o ator espera ser a pessoa que iniciará a interação (...). Uma maneira humilde escusatória pode dar a impressão de que o ator espera seguir o comando de outros, ou pelo menos que pode ser levado a proceder assim. (GOFFMAN, 2007, p. 31).

Para as mulheres que inserem seus perfis no site de relacionamentos e namoro *match.com*, a “maneira” pode estar relacionada, ainda, à incitação que elas estão pretendendo demonstrar naquela situação específica.

Muitos exemplos podem ser aqui mencionados. Um deles é para os casos em que elas aparecem em suas fotos com roupas de praia, ou em parques, churrascos, etc., mais informais, ou ainda dos *nicks* com apelidos sugerindo “proximidade” aos homens, onde elas podem estar tentando transmitir seu *status* de “informalidade” e “aconchego” ao público masculino. Para estes casos, elas são mais “despojadas” em suas fotos e expressões digitalizadas, podendo conquistar seus futuros pretendentes desta forma. Elas podem estar tentando transmitir, com essas expressões, uma “aproximação” delas com os homens, sendo a “maneira informal” ou, ainda, a “aparência informal” a melhor forma de interação e autorrepresentatividade para estes casos. Outro exemplo ainda para a definição de “maneira” pode ser aquelas que se apresentam com atributos de “sensualidade” ou “sexualidade liberada”, já citados, como “*kakau_gostosa*”, “*ruivapimenta*”, “*ardente*”, “*docedelícia*”, “*delícia*”, “*gatonagostosa*” tentando instigar, além de sua sexualidade liberada, uma “maneira” sensual de ser, demonstrando, por meio de suas expressões digitalizadas, que estão à procura de sexo revelando também “aproximação” delas aos homens, ou ainda, que poderiam dar início à relação, pela forma “direta” e “sem formalidades” como se expressam. Outro exemplo para “maneira” pode ser dos perfis em que elas se identificam por meio de frases curtas, ou ainda, somente pelo seu nome, podendo sugerir uma “maneira” mais humilde ou tradicional de exposição de suas vidas e que esperam seguir o comando dos seus futuros pretendentes. Alguns dos exemplos para este último caso são “*Susana413*”, “*Elisabet717*”, “*Neuza525*”, “*Marilda70*”, “*Regina952*”.

De acordo com Goffman (2007), na presença de outros, um indivíduo normalmente se utilizará de diversos sinais e/ou simbologias em suas ações, configurando fatos confirmatórios. Isto ocorre porque a atividade daquele que emite os sinais deve tornar-se significativa para os outros, expressando suas qualidades, expectativas e desejos durante a interação. De um modo geral, age-se por meio de simbologias ou representações, de forma sempre a impressionar o outro, podendo estas ser expressas por meio de palavras digitalizadas, gestos ou expressões em fotos.

O autor ainda refere-se à “aparência” e “maneira”, como podendo se contradizer, em determinados momentos, pelo fato de o indivíduo parecer ser algo que efetivamente não é, como mencionado:

(...) Mas, evidentemente, aparência e maneira podem se contradizer uma a outra, como acontece quando um ator que parece ser de posição mais elevada que sua platéia age de maneira inesperadamente igualitária, íntima ou humilde, ou quando um ator vestido com um traje de alta posição se apresenta a um indivíduo de condição ainda mais elevada. (GOFFMAN, 2007, p. 32).

De acordo com o autor, tanto “aparência” como “maneira” podem se contradizer, nem sempre comprovando a impressão inicialmente dada, sendo que, para as mulheres observadas no site, poderá em determinado momento, a impressão transmitida não ser a atitude real expressa por elas.

O autor ainda exemplifica que os indivíduos podem se utilizar de “dramatização” em seus comportamentos e atitudes. Para Goffman (2007), a “dramatização” pode ser concretizada no momento em que o indivíduo quer demonstrar uma maior representatividade no seu ambiente social, como por exemplo, desempenhando um papel modesto no seu dia a dia e enfatizando suas ações na esfera social, mobilizando seus comportamentos somente naquela prática que objetiva demonstrar, podendo muitas vezes expressar poder, dignidade, dentre outras características. Com essas ações de “dramatização”, as representações dos indivíduos são socializadas e formatadas para se adaptar aos desejos dos outros.

Para o caso do estudo em pauta, as mulheres podem se utilizar da “dramatização” no momento em que inserem seus perfis no site, “mobilizar” seus futuros pretendentes sugerindo poder, informalidade, feminilidade, proximidade, sensualidade, sexualidade, ou ainda transparecendo que são inseguras, desprotegidas, precisando ser “protegidas” pelos seus futuros homens, como nos casos onde elas se identificam no diminutivo: “*debyzinha*”, “*lenynha*”, “*ciganinha*”, “*mirinha*”, “*mizinha*”, com demonstrações delicadas de expressão feminina, sugerindo manifestar seu “sexo frágil”, querendo ser cuidada e protegida. Desta forma, elas se utilizam da “dramatização”, tentando sensibilizar os homens com suas expressividades. Ainda, para alguns dos perfis observados, podem elas, se valer da “dramatização”, quando aparecem em suas fotos com vestimentas informais, como por exemplo, saias curtas ou blusas decotadas, outras ainda, “dando gargalhadas”, em situações informais, como churrascos e festas, sugerindo que estas expressões sejam feitas para se adaptar aos desejos masculinos. Por meio de suas atitudes, elas podem tentar se aproximar dos desejos masculinos, que irão enxergá-las como um “desejo sexual”. Porém, se analisarmos todos os perfis disponibilizados no site, a “dramatização” pode ser identificada para todas as mulheres observadas, pelo fato, de uma forma ou de outra, elas tentarem “dramatizar” ou “mobilizar” os homens com seus perfis.

Quando os indivíduos se apresentam diante dos outros, por suas diversas representações ou expressões, tenderão a exteriorizar valores morais reconhecidos pela sociedade, podendo até “valorizar” mais os da sociedade do que os seus próprios. Isto pode ocorrer porque as pessoas tendem a julgar os seus próprios valores morais e éticos, comparando com os da sociedade. Emile Durkheim enfatizou que a sociedade prevalece sobre o indivíduo, pois este, quando nasce, deverá automaticamente se adaptar às normas, regras e condutas já inseridas nesta, não tendo o direito de modificá-las. A sociedade, como um coletivo, um todo, organiza e condiciona as ações dos indivíduos, justificando as nossas ações, que muitas vezes são comparadas com as da sociedade.

Quando se participa de um processo de interação social, deve-se compreender que a impressão da realidade criada por uma representação ou expressão é muito sutil e delicada, podendo ser quebrada, por pequenos contratempos (GOFFMAN, 2007). O ser humano, de um modo geral, tem impulsos diversos e variados, mudando seus estados de espírito a cada momento, não significando que a primeira impressão criada será efetivamente a última, podendo se alterar a cada decisão, momento, instante, gesto, atitude, pressentimento ou sentimento. Dependendo da situação, poderá também um indivíduo enganar os fatos perante o seu público, tendo amplos motivos para isso. Porém, há somente três motivos que impedirão o indivíduo de mentir: o medo que poderá se refletir pela insegurança, a vergonha de se expor perante os outros e a culpa. Algumas técnicas de comunicação mentirosa podem ser: insinuação, omissão, ambiguidade e distorção da verdade (GOFFMAN, 2007).

É relevante salientar também, que por mais aparente que possa ser a representação expressiva do caráter do indivíduo, esta não diz respeito somente a ele, mas também à cooperação de mais de um participante, isto é, do seu público. Isto ocorre, porque frequentemente a representação servirá para expressar as características da ação que é representada e não a do indivíduo, conforme especificado pelo autor “(...) acontece frequentemente que a representação sirva principalmente para expressar as características da tarefa que é representada e não as do ator”. (GOFFMAN, 2007, p. 76).

Há outros casos em que o indivíduo está plenamente convencido de que a impressão criada e passada por ele é efetivamente verdadeira e a única realidade. Para este caso, o autor cita que ele se torna integrante da sua própria plateia, sendo, de acordo com Goffman (2007), “ator e assistente do mesmo espetáculo”. Para este caso, a pessoa esconderá de si mesmo, os fatos capazes de desacreditá-lo, conforme mencionado:

Terá sido necessário que o indivíduo, em seu papel de ator, esconda de si mesmo, em seu papel de espectador, os fatos capazes de desacreditá-lo, que teve de aprender com relação à representação. Em termos do cotidiano, haverá coisas que sabe, ou soube, que não será capaz de dizer a si próprio (GOFFMAN, 2007, p. 79).

Pode-se dizer que é uma forma de se iludir, o que alguns profissionais da Psicologia poderiam chamar de “auto-afastamento”, isto é, a pessoa é estranha a ela própria (GOFFMAN, 2007).

Para outros casos, uma representação poderá ser executada, não para a plateia, e sim, para a “região de fachada” isto é, para cada “fachada” específica ou local específico, sendo que o esforço do indivíduo será de expressar a aparência para certos padrões que dizem respeito àquela fachada ou localidade em particular. Fazendo referência a esta citação do autor, com as mulheres pesquisadas no ambiente virtual, poderão elas disponibilizar suas autorrepresentações e expressões no site *match.com*, fazendo-o com todo o empenho, para dar a aparência real de que sua atividade neste local mantém e congrega determinados padrões.

Goffman (2007), citando Simone de Beauvoir, com referência ao papel que a mulher exerce diante dos homens, especifica que o gênero feminino, perante o gênero masculino, está sempre representando um papel de atriz “dramatizando”, isto é, não sendo transparente nas suas atitudes, e que, perante outras mulheres, elas se comportam “atrás do palco”. Para este último caso, não querendo mostrar a sua “cara”. Normalmente, esta região de fundo, “atrás do palco”, será o local onde o indivíduo confiará que ninguém do público poderá entrar, estando sempre fechada aos outros membros, totalmente escondido. Esta é uma técnica muito utilizada pelas pessoas, podendo ser uma forma de se “proteger” dos outros, do seu público.

Nas regiões de fundo, “atrás do palco”, pelo fato de não haver disputa entre os integrantes da plateia, este local contribui para formatar o tom da interação, parecendo para aqueles que estão nessa região - de fundo - agir como se estivessem em relações amigáveis e amistosas entre todos os integrantes e também com todos os assuntos, trazendo tranquilidade para aquele indivíduo que está neste local. É uma situação “cômoda” para todos. Em compensação, na região da “fachada” a linguagem dos comportamentos pode ser considerada como de ausência, pelo fato de os atos comuns, como atitudes menos importantes, linguagem abaixo do padrão ou coloquial, estarem localizados nos “bastidores”, onde são admitidas pequenas ações, podendo ser considerados como desrespeito para os outros da plateia. Porém, vale ressaltar que não há como se saber efetivamente em quais regiões um indivíduo teve acesso, se de “fundos” ou de “fachada”, pois se houvesse acesso e informação a esses dados,

se conheceria o papel que o indivíduo representou e desempenhou, bem como a informação que possuía (GOFFMAN, 2007).

Para o estudo em pauta, quando da análise das mulheres observadas no ambiente virtual, a região dos “fundos” ou “atrás do palco”, pode ser identificada como a própria Internet, ou mais precisamente, o site de namoros *match.com*, pelo fato de este local, estar “fechado” aos outros, pelo motivo de as pessoas que ali se cadastram, poderem se “esconder” dos outros - da sua plateia - e de atitudes que não querem expor aos outros, “liberando” suas vontades com maior facilidade, escondendo aquilo que efetivamente não desejam que apareça no site, como uma forma de “proteção”.

A Internet pode ser, para as mulheres pesquisadas, uma região de “fundos” pelo fato de, ao se sentirem inseguras para um novo relacionamento, poderem confiar que à região de “fundos” e “atrás do palco”, ninguém da plateia poderá ter acesso, sentindo-se mais “à vontade” em suas atitudes disponibilizadas por suas fotos, *nicks* e frases, tendo a possibilidade de externar seus anseios e desejos sem serem discriminadas.

Outra denominação de Goffman (2007) para as representações dos indivíduos faz referência ao que ele chama de “convivência depreciativa”. Para este caso, poderá ser uma situação específica em que o indivíduo cria para si, uma defesa contra as exigências de seu público. Para este caso, há por parte do “ator”, uma depreciação dos outros e uma discordância quanto às ações da plateia. Neste caso ou o indivíduo é forçado a tomar atitudes contrárias aos seus sentimentos íntimos, ou poderá ele ter dúvidas quanto aos seus comportamentos perante o seu público, depreciando suas próprias ações, ou ainda, poderá ele sentir-se pressionado quanto às exigências vindas de sua plateia, conforme menciona o autor, “A convivência depreciativa ocorre, mais frequentemente talvez, entre um ‘ator’ e ele próprio” (GOFFMAN, 2007, p. 173).

Com referência às mulheres observadas no ambiente virtual, esta última representação poderá ser exemplificada a partir de algumas mulheres que podem sentir-se pressionadas pelas exigências do seu público externo, criando “defesas” com o objetivo de se proteger, com medo de serem discriminadas perante a sociedade e aos homens, exteriorizando somente suas características de “fachada” e o que elas consideram que “interessa” ao seu público, sem que sejam ridicularizadas perante a sua plateia, mantendo na “região de fundo”, aquilo que elas vacilam e tem medo de expor, numa forma de “proteção” de seu meio externo.

Goffman (2007), mais uma vez se referindo à Simone de Beauvoir, faz menção à representação da mulher, que normalmente simula um papel de “atriz” perante os homens que, em determinado momento, podem ter dúvidas quanto ao seu comportamento diante deles

(homens), fazendo-o com demonstrações para satisfazê-los e não a elas, por acreditarem que, com essas ações, elas poderão ser “aceitas” por eles, mesmo não contemplando exatamente suas vontades.

Para todos os exemplos até aqui mencionados, a partir das mulheres observadas, no site de namoros *match.com* e com referência às definições ou “máscaras” de Goffman (2007), o fato é que, perante os outros e a sociedade, de um modo geral, o ser humano se reveste de uma “máscara” que será expressa por suas atitudes, expressões e comportamentos. Para isso, os indivíduos se valem de elementos simbólicos, diretamente ligados ao corpo ou à linguagem - que pode ser representada de forma escrita - podendo alguns estar ocultos e outros não. Esses elementos pertencem ao imaginário do indivíduo que irá exteriorizá-lo como forma de satisfação pessoal.

Para as mulheres pesquisadas, o fato de elas disponibilizarem seus perfis por meio de inúmeros sinais e/ou simbologias, como adereços, maquiagens, roupas formais ou informais, fotos com gestos e atitudes representativas, frases significativas e textos expressivos, o que efetivamente elas exibem é uma simbologia própria, que poderá não ser exatamente aquilo que elas demonstram ser, pelo fato de estarem se projetando para os homens, com o intuito de serem aceitas por eles para seus novos relacionamentos.

Toda essa representatividade virtual, com que o indivíduo pode criar diferentes personagens aos quais interpreta, poderá trazer satisfação pessoal às mulheres, sendo esta nova representação, a sua auto-identidade virtual, adornada de satisfação, contentamento, alegria, jovialidade e credence nas suas novas identidades.

Giddens (2005), fazendo referência à identidade dos indivíduos, define a questão identitária no campo das Ciências Sociais, entre identidade social e auto-identidade sendo as peculiaridades atribuídas ao “eu” pelo “outro”, como papéis sociais, isto é, uma identidade social. O “ser”, como gênero, profissão ou condição política define o sujeito “para o outro”, admitindo, assim, a construção de inúmeras identidades sociais.

Fazendo menção às “máscaras” de Goffman (2007), diversas categorias de identidade podem ser construídas pelas mulheres, numa íntima unidade relacionada à auto-identidade, como desenvolvimento de um único sentido do sujeito com a sua plateia, pela interação simbólica escrita e corporal, numa dualidade entre os universos privado e público, do “eu” para o “outro”, sendo a identidade dessas mulheres, a forma delas interagirem no ciberespaço com o “outro”, liberando seus desejos, anseios e vontades, que outrora estavam ocultos, sendo hoje exteriorizados no site de namoros *match.com*.

Com todo o crescimento da Internet e das novas disponibilizações de sites de namoro transbordando na *web*, inúmeros ambientes e potencialidades podem surgir para novas representações e identidades, sugerindo às mulheres, a liberação de seus gostos, desejos e aspirações.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o presente estudo, a partir das observações e das análises desenvolvidas, em um ambiente virtual, por meio da pesquisa etnográfica, buscou-se tentar entender, como as mulheres, na faixa etária entre 40 e 50 anos, articulam suas vontades, desejos e anseios, quando da procura pelo seu novo parceiro afetivo amoroso, pela Internet, tratando-se como indícios, as análises descritas.

Por meio da observação dos perfis durante a pesquisa, as considerações finais foram desenvolvidas de modo a ressaltar alguns pontos considerados como mais relevantes, tais como repetições de expressões, gostos e vontades mencionadas por elas no site, sem, contudo, significar qualquer prejuízo nas análises realizadas anteriormente, no decorrer do trabalho, mas sim, de complementá-las.

Por meio dos perfis observados no site de namoros *match.com* e de acordo com as conclusões até aqui desenvolvidas, percebe-se que as mulheres, dessa faixa etária pesquisada, possuem suas dúvidas e inseguranças, devido a uma estrutura sócio-cultural ainda estabelecida na sociedade brasileira, mesmo após as suas conquistas pelo espaço público, a partir dos movimentos feministas e também da “revolução sexual”, durante a década de 60.

Mesmo com todas as suas conquistas adquiridas com o decorrer dos anos, bem como suas independências profissional e financeira, elas ainda enfrentam alguns enigmas, como, por exemplo, o da idade.

Considerando os dados apresentados, no decorrer deste estudo, de acordo com as pesquisas do IBGE, quanto mais velhas as mulheres ficam, maiores são as chances de ficarem sozinhas, além de não se sujeitarem a se relacionar com homens que tenham escolaridade menor que elas, ou que não estejam estabilizados financeiramente e profissionalmente, aumentando suas exigências de escolha.

Outro enigma enfrentado pelas mulheres é de que elas ainda vivem, de acordo com Goldemberg (2007), uma “certa” submissão aos homens, em algumas das Áreas da sociedade, como política ou social, por uma necessidade de imposição, tanto delas como da sociedade, além de viverem as exigências dos investimentos estéticos permeados por pensamentos e procedimentos sociais de que elas devem preocupar-se com os atributos físicos e estéticos.

A partir de todo esse contexto sócio-cultural, enfrentado por elas e pelos seus dados disponibilizados no site de namoros *match.com*, com todas as suas simbologias expressas no

momento de inserção de seus perfis, a percepção é de que estas estratégias criadas por elas mostram uma nova identidade feminina, baseada em simbologias e/ou sinais.

Com todo esse jogo de submissão, imposição e exigências, quanto aos comportamentos femininos, foi percebido, nos perfis observados do site, que as mulheres criam suas auto-identidades sociais e sexuais, por meio de estratégias naturais para se apresentarem aos homens, num conjunto formado por vaidade, satisfação pessoal e submissão, sendo estas questões, refletidas diretamente em suas atitudes e comportamentos na Internet, quando da exteriorização de suas características e desejos.

Nos tempos antigos, a mulher não vivia as exigências dos investimentos estéticos e da aparência física, época em que as mulheres eram vistas como reprodutoras e com pouca vaidade. Com o passar dos anos, o modelo perfeito da mulher brasileira, passa a fazer parte de um processo de transformação da sua imagem e do seu corpo. Toda essa transformação da imagem feminina se reflete nos relacionamentos e nas autorrepresentações, onde o “olhar do outro” torna-se fator preponderante para a conquista de novos parceiros afetivos.

Tanto o físico como a estética, no Brasil, nunca foram tão apreciados e cultuados, sendo a realização dos indivíduos transferida para a idealização física de corpos “perfeitos”, na chamada “metamorfose” corporal (GOLDEMBERG, 2007), com o corpo participando de uma reconstrução contemporânea, multiplicando os personagens e os laços sociais.

No ambiente físico, face a face, as relações são moldadas por um jogo de sensualidade e troca de olhares. Na Internet, essa cultura corporal se revela virtualmente, com palavras digitalizadas e das melhores e mais sensuais fotos, de forma a serem mostradas aos futuros pretendentes a um relacionamento. Desta forma, os laços sociais foram transferidos para o “olhar do outro”, na busca da auto-identidade virtual.

Pela observação das fotos disponibilizadas no site de namoros *match.com*, percebe-se que a maior parte dessas mulheres, se utiliza dos artifícios do “mercado do embelezamento” (GOLDEMBERG, 2007), como “estratégia” para se apresentarem perante os homens, numa forma de auto-identidade.

Além dos diversos elementos utilizados pelo universo feminino, elas ainda tentam articular seus desejos e anseios, pela disponibilização de seus *nicks* e frases, criados no momento de inserção dos dados no site, com sinais e/ou simbologias subjetivas, por meio das palavras ali inseridas, procurando, assim, demonstrar, ao universo masculino, quais são os seus desejos, com as expressões ali disponibilizadas.

Conforme descrito no decorrer do estudo, a auto-identidade dessas mulheres pode ser expressa por diversas simbologias, demonstrando delicadeza, feminilidade, sensualidade,

sexualidade, beleza, liberdade, poder, agudez, identificação com animais ou flores, signos que combinam, dentre outros, revelando, com estas expressões, a tradução de seus perfis virtuais, com o objetivo de “chamar a atenção” do olhar masculino, sendo estas simbologias, a expressão daquilo que elas acreditam ser a verdadeira realidade, com a intenção de comover e impressionar os homens. (GOFFMAN, 2007).

A partir de toda essa representatividade de sinais, seja por fotos, *nicks*, frases e textos, elas tentam exteriorizar o que consideram de mais importante que apareça no site, sobre suas vidas, para a visualização dos homens, numa forma de “mobilizá-los” e na ânsia de conseguirem encontrar seus novos parceiros. Além disso, elas ainda sugerem, no site, demonstrar que buscam, em seus parceiros, o desejo por transparência, honestidade, romantismo, amor eterno, companheirismo, dentre outros, além de particularizar suas peculiaridades, sugerindo encontrar homens com as mesmas características.

Para muitos dos casos visualizados no site, quando da “sinalização” das mulheres pela procura por homens estabilizados profissional e financeiramente, elas também expõem, nas mesmas frases, as expressões “*de bem com a vida*”, como nos exemplos, “*Sou uma pessoa de bem com a vida, que gosta de viver intensamente todos os momentos com otimismo*”, ou ainda, “*Sou uma pessoa que busca amizades ou algo mais, e de bem com a vida, emprego definido, que adora um bom papo*”, podendo sugerir que elas são “bem resolvidas” e de que não resultarão em nenhum “problema” para eles, mas, sim, “solução”, pelo fato de demonstrarem, pelas palavras digitalizadas, não ter “nenhuma pendência” em suas vidas, estando, ainda, estabilizadas profissional e financeiramente, ou com os seus “ex”, procurando homens na mesma situação que elas.

Além da maior parte dos perfis visualizados no site demonstrarem expressões de crença de que pela Internet elas efetivamente encontrarão seus parceiros amorosos, algumas, ainda, demonstram estes desejos com maior ênfase, sugerindo, estarem “cansadas”, como no exemplo “*Estou cansada de corações de pedra e palavras levianas... Sei o que quero!!!*”. Estes casos sugerem que estas mulheres estejam “aborrecidas”, exteriorizando seus anseios sentimentais, por meio das palavras expressas no site. Além destas demonstrações de “cansaço” ou “aborrecimento”, ainda aparecem muitos casos de que elas deixam claro, para eles, que não desistiram de seus sonhos, acreditando que, por meio da Internet, elas poderão realizá-los, como no exemplo “*A vida é construída nos sonhos e concretizada no amor*” sugerindo acreditarem em um novo relacionamento e que os seus sonhos podem ser vividos e consolidados, a partir do momento que encontrarem seus novos parceiros.

Muitos casos são ainda citados, de mulheres que buscam homens sinceros, sugerindo que atualmente, parece ser difícil encontrá-los e que queiram relacionamento “sério”, transmitindo a ideia de que os homens podem não “valorizar” os relacionamentos, não devotando, talvez, a devida importância que elas gostariam, sendo expressas, palavras com ênfase nestas questões, como no exemplo “*Gostaria de encontrar alguém sincero que queira ter um relacionamento sério*”, sugerindo, mais uma vez, um ar de “cansaço” por parte de algumas, quando da procura por homens “sérios” e “sinceros”.

Conforme o que foi citado anteriormente, no decorrer do presente estudo, foi observado, ainda, que parece existir uma concorrência entre dois grandes grupos na Internet, ou mais especificamente, no site de namoros *match.com*.

Assim como na vida cotidiana, na Internet essas questões relacionadas à concorrência também podem ser manifestas, indicando que algumas mulheres que se cadastram no site podem formar um tipo de grupo, enquanto outras formam outro tipo. Como observado por meio da auto-identificação dessas mulheres, algumas parecem se apresentar no site com uma imagem “tradicional” sugerindo revelar “naturalidade”, pelo fato de, não utilizarem algumas das opções do site, de maneira a exteriorizar seus desejos, utilizando-se deste ambiente, como por exemplo, somente com a repetição de seus nomes. Nestes casos elas transmitem que são mais “recatadas”, “sérias”, “ajuizadas”, não querendo se “igualar” ao “outro grupo”, este último, que se identifica de forma mais “direta” “informal” ou “sensual” exteriorizando suas vontades e anseios de forma mais objetiva e com linguagem coloquial. Estas últimas, com as formas de identificação, seja por frases ou fotos, elas demonstram sinais mais “audaciosos”, como as que aparecem em suas fotos “dando gargalhadas”, ou ainda em “posições” mais “estratégicas”, sugerindo mostrar o seu corpo. Podem, ainda, pertencer ao primeiro grupo, aquelas que se identificam com suas profissões como “*advogada*”, “*dentista*”, “*psicóloga*”, “*professora*”, sendo que o segundo grupo, se identifica como “*docedélícia*”, “*gatona*”, transmitindo a ideia de que existem dois grupos distintos no site, como se estivessem “competindo” entre eles, pelas formas distintas de suas expressividades e auto-identidades.

Essas expressividades, demonstradas por meio de sinais e/ou simbologias, manifestam-se de forma que as mulheres procuram impressionar os homens quando de suas auto-identificações, com o objetivo de “mobilizá-los”, como se para eles também houvesse dois grandes grupos, sugerindo que um grupo seja de homens que buscam encontrar na Internet mulheres mais “recatadas” e/ou “sérias” e outro que busca mulheres mais “audaciosas” ou, ainda, “atrevidas”, aquelas que vão “direto ao assunto”. Toda essa forma de

expressividade e representatividade e nesse jogo de auto-identidades virtuais sugere que as mulheres procuram atingir um determinado tipo de público, por meio de seus perfis.

Essa nova auto-identidade virtual pôde ser constatada, a partir das observações etnográficas feitas durante o estudo, sendo essas expressividades, um novo modelo de sociedade, manifestas no ciberespaço.

A partir das estruturas e bases sociológicas e antropológicas utilizadas no decorrer deste estudo, além dos autores que serviram como suporte teórico para a pesquisa, o grande desafio que se teve, como desenvolver um trabalho etnográfico no ambiente virtual, tornou-se um aprendizado constante, a partir da verificação de que o universo feminino tem a oportunidade e a possibilidade de articular seus desejos e anseios, quando da procura pelos seus parceiros, não somente pelo meio físico, mas também por um dos mais novos modelos de interação social da modernidade, a Internet.

Fazendo alusão às diversas representações de Goffman (2007), muitas auto-identidades podem ser construídas, por meio da interação simbólica corporal e digitalizada, de mulheres que se cadastram em sites de relacionamentos, numa dualidade do “eu” para o “outro”, sendo a auto-identidade delas, a forma de se identificarem no ciberespaço, liberando seus anseios e vontades, na busca de seus mais novos relacionamentos, pelos sites de namoro na Internet.

Esses novos relacionamentos virtuais acontecem em um contexto cultural e social, e não há como negar que, com todo o crescimento das novas tecnologias, a Internet preenche o vazio, o medo e a insegurança das mulheres, que podem expor suas ambições e desejos, outrora expressos no ambiente presencial.

Hoje, elas podem não somente buscar novos relacionamentos por meio da *web*, como também exteriorizar suas vontades e expressividades, por diversos sinais e/ou simbologias, como forma representativa do universo feminino no ambiente virtual, ao buscar seus mais novos parceiros no site de namoros *match.com*.

REFERÊNCIAS

ALTERMANN, Dennis. **Cresce o número de acesso à internet no Brasil**. Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/2010/04/cresce-o-numero-de-acesso-a-internet-no-brasil.html>>. Acesso em: 25 abr. 2010.

AZEVEDO, Thales. **As Regras do Namoro à Antiga**. São Paulo: Ática, 1986.

BADINTER, E. **Um amor conquistado: o mito do amor materno**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

_____. **Um é o outro: relações entre homens e mulheres**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

_____. **XY: sobre a identidade masculina**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007a.

_____. **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007b.

BOURDIEU, Pierre. A Dominação Masculina. **Educação e Realidade**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 134-184, jul./dez. 1995.

_____. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro/Lisboa: Bertrand Brasil/Difel, 1989.

BRAGA, Adriana. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. **UNirevista**, v. 1, n. 3, jul. 2006. Disponível em: <<http://www.unirevista.unisinos.br/>>. Acesso em: 31 jul. 2010.

BRANDÃO, Margarida Luiza Ribeiro; BINGEMER, Maria Clara Lucchetti. **Mulheres e Relações de Gênero**. São Paulo: Loyola, 1994.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003a.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

_____. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

COSTA, Ana Maria Nicolaci da. Internet: a negatividade do discurso da mídia versus a positividade da experiência pessoal. À qual dar crédito? **Estudos de Psicologia**. UFRN, ano 7, n. 1, p. 25-35, 2002a.

_____. **Na malha da Rede**: os impactos íntimos da Internet. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

_____. Revoluções tecnológicas e transformações subjetivas. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, ano 18, n. 2, p. 193-202, 2002b.

DA MATTA, Robert. “O Ofício do Etnólogo ou com ter ‘Anthropological Blues’”. In: NUNES, Edson de Oliveira (Org.). **A Aventura Sociológica**: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1978.

_____. **Carnavais, Malandros e Heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

FLÜGEL, J. C. **A psicologia das Roupas**. São Paulo: Mestre Jou, 1966.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I**: a vontade do saber. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

_____. **A Transformação da Intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: UNESP, 1993.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. Porto Alegre: Artmed, 2005.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Atlas, 2007.

_____. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1982.

GOLDENBERG, Mirian. **Nú & Vestido**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

HAIKEN, E. A History of Cosmetic Surgery. **MD: The John Hopkins University Press**. Baltimore: Venus Envy, 1997.

HINE, Christine. Virtual Methods and the Sociology of Cyber-Social-Scientific Knowledge. In: HINE, Christine (Org.). **Virtual Methods**. Issues in Social Research on the Internet. Oxford: Berg, 2005.

JUNGBLUT, A. L. A heterogenia do mundo online: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço. **Horizontes Antropológicos**, v. 21, p. 97-121, 2004. (Artigo). Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832004000100005&lang=pt>. Acesso em: 30 jul. 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LÉVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2000.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

_____. **O Que é o Virtual**. São Paulo: Editora 34, 1996.

LEVY-STRAUSS, C. **Totemismo hoje**. Petrópolis: Vozes, 1975.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MAFFESOLI, Michel. **A Contemplação do Mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. **O Conhecimento Comum**. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1988.

_____. **O Mistério da Conjunção**. Ensaios sobre comunicação, coro e sociabilidade. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MATOS, Marlise. Teorias de gênero ou teorias e gênero? Se e como os estudos de gênero e feministas se transformaram em um campo novo para as ciências. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 16, n. 2, maio/ago. 2008. (Artigo). Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2008000200003&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 30 jul. 2010.

MAUSS, Marcel. As Técnicas Corporais. In: **Mauss: Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EDUSP, 1974. v. 2.

_____. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MCKENNA, Katelyn Y. A.; GREEN, Amie S. Virtual group dynamics. **Group Dynamics: Theory, Research and Practice**, ano 6, n. 1, p. 116-127, 2002.

PISCITELLI, A. **Jóias de Família**. Gênero e parentesco em histórias sobre grupos empresariais brasileiros. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2006.

PORTAL TERRA. **Almas Gêmeas**. Disponível em: <<http://www.match.terra.com.br/>> Acesso em: 15 jul. 2010a.

_____. **Chat**. Disponível em: <<http://chat.terra.com.br/>>. Acesso em: 15 jul. 2010b.

_____. **Portal**. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/portal/>>. Acesso em: 15 jul. 2010c.

SANT'ANNA, D. B. **Políticas do Corpo**. 2.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

SCHUCH, Patrice. **Carícias, Olhares e Palavras: uma Etnografia sobre o "Ficar" entre Jovens Universitários de Porto Alegre/RS**. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1998.

SENNET, Richard. **O Declínio do Homem Público**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SHAPIRO, Judith. **Ideologies of Catholic missionary practice in a postcolonial era**. Comparative studies in society and history, 1981. Disponível em: <<http://www.scielo.br/>>. Acesso em: 15 maio 2010.

TEIXEIRA, A. C. Internet e democratização do conhecimento: repensado o processo de exclusão social. In: **XXII Congresso da Sociedade Brasileira de Computação**. Florianópolis: WIE, 2002. v. 1.

TREVISAN, J. S. **Seis balas num buraco só: a crise do masculino**. Rio de Janeiro: Record, 1998.

VEJA ON-LINE. **Capitais da solidão**: pesquisa mostra quais são as cidades brasileiras com maior número de mulheres sozinhas. Ed. 1902, 27 abr. 2005. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/270405/p_126.html>. Acesso em: 8 abr. 2010.

VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. **Em nome do corpo**. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.