

GUIA PARA INICIANTES: PEDAGOGIAS CULTURAIS E O AMOR NO ADOTE UM CARA

A BEGINNER'S GUIDE: CULTURAL PEDAGOGIES AND LOVE ON ADOPT A GUY

Recebido em: 27/02/2025

Aceito em: 22/04/2025

Publicado em: 12/05/2025

Nicoli Peroza Ramos¹ 

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo: A presente pesquisa tem como objetivo apresentar uma perspectiva a partir dos Estudos Culturais em Educação, dos modos pelos quais a rede social *Adote um Cara* opera pelas pedagogias culturais seus usuários para obter relacionamentos de amor romântico de sucesso. Utilizando o espaço intitulado LAB na própria rede social, um local similar a um *blog*, é possível encontrar diversos conteúdos de texto, imagem e som a fim de orientar os modos de ser e estar dos usuários para alcançar o relacionamento amoroso ideal. O guia para iniciantes e os casos de sucesso constituem as categorias de análise que apresentam as pedagogias do amor, em outras palavras, elas mostram como conquistar e manter o relacionamento amoroso. O flerte virtual, o primeiro encontro e o primeiro beijo são as etapas primordiais do guia para os iniciantes que buscam um relacionamento amoroso; já para manter este relacionamento e ter sucesso é preciso a legitimação pelo casamento, o ato de morar junto e/ou constituir uma família, segundo as orientações da rede social. Nesse sentido, a rede social opera a partir das pedagogias do amor, conduzindo os sujeitos para seguir seus padrões de crenças, valores e estilo de vida com o intuito de obter uma relação de amor de sucesso.

Palavras-chave: Adote um Cara; Pedagogias Culturais; Educação; Rede Social; Estudos Culturais.

Abstract: This research aims to present a perspective from Cultural Studies in Education, of the ways in which the Adote um Cara social network operates through the cultural pedagogies of its users to obtain successful romantic love relationships. Using the LAB organized space on the social network itself, a place similar to a blog, it is possible to find various text, image and content content in order to guide users' ways of being in order to achieve the ideal romantic relationship. The beginner's guide and the Success Stories, specifically the analysis categories that present the pedagogies of love, in other words, they show how to achieve and maintain the love relationship. Virtual flirting, the first date and the first kiss are the essential steps in the guide for beginners looking for a romantic relationship. To maintain this relationship and be successful, it is necessary to legitimize it through marriage, the act of living together and/or starting a family, according to the guidelines of the social network. In this sense, the social network operates based on the pedagogies of love, leading individuals to follow their standards of trust, values and lifestyle with the aim of obtaining a successful love relationship.

Keywords: Adopt a Guy; Cultural Pedagogies; Education; Social Network; Cultural Studies.

INTRODUÇÃO

A busca por relacionamentos em aplicativos é uma prática cada vez mais comum e globalizada. Plataformas como *Tinder*, *Bumble*, e *Adote um Cara* oferecem a possibilidade de conhecer pessoas de diferentes lugares com apenas alguns cliques, a partir de filtros que facilitam a busca por parceiros com base em interesses e localização. Além de proporcionar

¹ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Educação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Educação pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA) e Licenciada em Ciências Exatas pela Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Brasil, Rio Grande do Sul, Gravataí. E-mail: nicoli.peroza@hotmail.com.

conveniência, a plataformização desses encontros reflete as dinâmicas contemporâneas de relacionamento, estabelecendo comportamentos e redefinindo a forma como as pessoas se conectam e constroem vínculos afetivos.

Segundo pesquisa publicada na CNN Brasil (2023), os entrevistados que utilizaram algum serviço de namoro *online* buscaram, principalmente, por parceiros de longa data. Nesse sentido, cabe destacar a motivação de uso das redes sociais de relacionamento para a construção de vínculos sérios e duradouros, embora seja possível filtrar a pesquisa para dar conta das diferentes motivações e expectativas do usuário. A notícia ainda destaca que os aplicativos, atualmente, estão voltados para atrair a geração mais nova, que não possui pressa para se comprometer em um relacionamento. Dito isso, é possível perceber que as redes sociais voltadas para os relacionamentos amorosos procuram contemplar todas as gerações a fim de alcançar o maior número de usuários, com as mais diferentes perspectivas de relação.

A partir dos filtros e padrões de busca de usuários para possíveis relacionamentos nas redes sociais, fica evidente que a lógica na qual elas estão inseridas segue os mesmos parâmetros instituídos pela sociedade do consumo, na qual as pessoas são vistas e tratadas como objetos: descartáveis, com pouca durabilidade e frequentemente obsoletas (Bauman, 2007; Lipovetsky, 2007). Tal perspectiva está atrelada ao que Bauman (2007) descreve como a sociedade dos consumidores: para o autor, o ponto central da mudança entre a vida voltada para “o trabalho” versus a “do consumo” se dá pelo fato de que a responsabilidade sobre a mão de obra vendável foi “terceirizada” para o sujeito. Desse modo, o Estado não é mais responsável pela capacitação e formação da população, e as instituições privadas começam a seguir os padrões demarcados pelo consumo. Em consequência disso, os valores e princípios da sociedade mudaram, havendo a “reconstrução das relações humanas a partir do padrão, e à semelhança, das relações entre consumidores e os objetos de consumo” (Ibid. p. 19).

Nas redes sociais, os usuários utilizam “imagens e palavras (geralmente para caracterizar seus corpos) na criação de perfis *online*” (Zago, 2016, p. 3) como forma de se apresentarem e alcançarem visibilidade. Além disso, as plataformas de busca de parceiros *online* funcionam como “espaços de disputa em torno dos corpos e das sexualidades, valendo-se da tecnologia da internet” (Ibid.), exigindo que os usuários destaquem o que consideram suas melhores qualidades para aumentar as chances de encontrar um parceiro. Nesse sentido, Pelúcio (2020, p. 35) aponta que é necessário “construir um ‘eu virtual’ competitivo, o que implica saber diferenciar-se por meio de criatividade textual e uma certa padronização corporal.” Isso mostra que não basta apenas se apresentar de qualquer forma, mas sim com

uma combinação que o torne, ao menos aparentemente, “superior” aos outros, ganhando a disputa por visibilidade e atenção no cenário dos relacionamentos, mesmo que momentaneamente.

Inserida na sociedade de consumo e capturada pelas redes sociais de relacionamento na tentativa de encontrar o amor através delas, selecionei a rede social chamada *Adote um Cara*, a qual foi desenvolvida e lançada na França em 2007, bem como implementada no Brasil em 2013. Segundo a sua própria descrição, apresenta-se como “uma rede social descolada e divertida na qual somente as meninas podem chegar nos caras”. Ela possui um design similar a uma *boutique* e utiliza o vocabulário do consumo, em que a lógica que orienta seu funcionamento coloca os homens como produtos nas prateleiras e as mulheres como clientes e/ou consumidoras que transitam pelo espaço. Além disso, encontra-se termos como: “promoção”, “pronta entrega” e “conteúdo da embalagem” ao se referir aos homens disponíveis na rede social. Tal rede também apresenta um diferencial com relação aos demais: um espaço chamado “LAB”, similar a um microblog com conteúdo sobre relacionamento, autoestima, estilo de vida e, também, depoimentos sobre casais reais formados através da rede social *Adote um Cara*.

O objetivo da pesquisa é apresentar como a rede social *Adote um Cara*, a partir do espaço intitulado LAB, faz operar as pedagogias culturais em função do amor romântico, guiando os usuários iniciantes com modos de ser e estar enquanto sujeitos ideais para um relacionamento de sucesso.

PEDAGOGIAS CULTURAIS E O AMOR ROMÂNTICO

No campo dos Estudos Culturais em Educação, um conceito importante é o de Pedagogia Cultural. Segundo Andrade e Costa (2017, p. 3), ele foi constituído com o intuito de afirmar que os “processos educativos extrapolam amplamente o âmbito escolar”. Na literatura, as autoras apontam várias conexões entre mídia e cultura que reforçam a noção de construção desse conceito. Em outras palavras, a partir dessas interações, foi possível identificar práticas de ensino e aprendizagem que ocorrem fora do ambiente escolar e se disseminam em diversos outros contextos.

Seguindo a ideia de invenção do conceito de Pedagogia Cultural, Camozzato (2014, p. 577) destaca que essas construções ocorrem considerando momentos históricos e são naturalizadas ao longo dos anos, já que o conceito não deve ser visto como pronto e definitivo, mas sim como “um conceito em constante transformação” (Ibid), ajustando-se às diferentes

temporalidades e articulações. Nesse sentido, tomando o “conceito de pedagogia histórico, mutável, produzido e reproduzido nas contingências de cada tempo-espço” (Wortmann; Costa; Silveira, 2015, p. 38), o artefato cultural que proponho-me a analisar compõe um espaço pedagógico do tempo presente, pois é uma das formas de se relacionar na atualidade, ao ressaltar modos de ensinar e aprender sobre: práticas de consumo, o sujeito como objeto e os sentidos de amor romântico, todas reverberadas pela lógica do consumo.

Como constituintes da cultura, as redes de relacionamento *online* também podem possibilitar ensinamentos sobre os sujeitos, pois permitem que os usuários “venham a entender a si mesmos e ao mundo que os cerca” (McLaren, 1994) pelo uso da rede. Tal fato sinaliza a relevância do estudo, pois ele pode ser uma ferramenta capaz de (re)produzir e (con)formar as condutas dos sujeitos contemporâneos com relação ao seu entendimento e vivência de amor romântico na atualidade. Desse modo, entendo a rede social *Adote um Cara* como um artefato cultural no qual operam pedagogias culturais, assim como em “bibliotecas, TV, cinemas, jornais, revistas, brinquedos, propagandas, videogames, livros, esportes, etc” (Steinberg; Kincheloe, 2004, p. 14).

Os espaços por onde operam as pedagogias culturais são locais nos quais não se trata apenas de:

[...] informação ou entretenimento: trata-se, em ambos os casos, de formas de conhecimento que influenciarão o comportamento das pessoas de maneiras cruciais e até vitais. O currículo e a pedagogia dessas formas culturais mais amplas diferem, entretanto, da pedagogia e do currículo escolares, num aspecto importante. Pelos imensos recursos econômicos e tecnológicos que mobiliza, por seus objetivos – em geral – comerciais, elas se apresentam, ao contrário do currículo acadêmico e escolar, de uma forma sedutora e irresistível. Elas apelam para a emoção e a fantasia, para o sonho e a imaginação: elas mobilizam uma economia afetiva que é tanto mais eficaz quanto mais é inconsciente. É precisamente a força desse investimento das pedagogias culturais no afeto e na emoção que tornam seu “currículo” um objeto tão fascinante de análise para a teoria crítica do currículo (Silva, 1999, p. 140).

Assim, considero que a rede social *Adote um Cara* funciona como um artefato cultural que incorpora um currículo específico; em outras palavras, esse artefato pode ensinar modos específicos de subjetivação, abordando certos aspectos do amor romântico, formas de se relacionar amorosamente, de buscar parceiros e de valorizar determinadas características. Essa rede social institui um modo de ser e de se posicionar na sociedade, alinhado a seus interesses e valores, que, por sua vez, seguem a lógica do consumo e do capitalismo.

Para compreender o amor romântico e seus significados, é fundamental desnaturalizar essa ideologia, reconhecendo que o amor — ou o que culturalmente entendemos como

envolvimento amoroso — possui uma história própria (Costa, 2000, p. 10). Ou seja, o amor romântico não é uma noção inata ao ser humano, mas um conjunto de práticas e símbolos transmitidos pela cultura. Conhecer os sentidos de amor romântico que foram e são perpetuados na sociedade também exige uma análise do papel dos sujeitos que participam desse contexto, pois são eles que, ao longo do tempo, reforçam, transformam ou resistem a essas normas culturais.

Inicialmente, os significados do amor romântico apareceram nas histórias de romance, que “moldaram a própria forma de desejo na sociedade ocidental” (Costa, 2000, p. 10). Com o passar do tempo, esses sentidos passaram a ser representados em novelas no cenário global, revelando que “os sonhos românticos são praticamente os mesmos” (Ibid.) em todo o mundo. Dessa forma, o significado do amor circulava universalmente através dessas narrativas, usando um conjunto de símbolos que, em muitos casos, eram parecidos em diferentes culturas. Vale ressaltar que o amor romântico não apenas surgiu dessas histórias, mas também depende dessas “narrativas para existir, além de relatos em primeira pessoa – o que sugere a presença de um sujeito no amor romântico” (Zago, 2013, p. 235), preservando essa ideia e esses significados até os tempos atuais.

No âmbito das novelas, Cristiane Costa (2000, p. 97) afirma que:

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

De acordo com a autora, quando as relações amorosas entre mulheres e homens não são recíprocas, a mulher tende a ser percebida como rejeitada e desvalorizada em relação ao homem e ao afeto que nutre por ele. Esse fenômeno ocorre porque o amor romântico ainda associa a figura feminina à subordinação ao ambiente doméstico e a um relativo isolamento social (Giddens, 1993, p. 54). Em contrapartida, os homens são frequentemente vistos como "incapazes" de expressar sentimentos ou de optar por uma mulher para retribuir o amor — uma “fraqueza ilusória” que, na realidade, revela uma escolha seletiva sobre o valor atribuído a cada parceira, seja esposa ou amante. Essa perspectiva também se manifesta no cinema, em que personagens masculinos frequentemente convertem vínculos afetivos em relações sexuais, reforçando tanto o papel subordinado da mulher no amor romântico quanto a

“incapacidade” masculina de expressar afeto (Boeck, 2014, p. 66).

Para Anthony Giddens (1993, p. 51), o amor romântico é caracterizado por uma “atração instantânea” e a ideia de que alguém pode “completar” a vida do outro, características que ajudam o sujeito a identificar se o que sente é amor romântico. Além disso, Giddens sugere que, por se sentirem incompletos, os indivíduos buscam no amor uma união que preencha um “vazio” em suas vidas, fazendo da busca por parceiros uma tentativa de alcançar uma vida plena e “completa”.

Quando penso na construção do amor observo que ele tem um endereçamento, pois é construído socialmente voltado para o público feminino, como se fosse uma característica intrínseca das mulheres. Em outras palavras, essa ideia de amor romântico categoriza, classifica e separa o amor em um conjunto de símbolos e sentidos femininos. Como afirma Illouz (2009, p. 16), “os marcos culturais nomeiam e definem as emoções, assinalam os limites de sua intensidade, especificam as normas e os valores que são atribuídos a elas, e oferecem símbolo e cenários culturais para que adquiram um caráter de comunicabilidade social”.

A autora enfatiza que os significados do amor são culturalmente ensinados, definindo, restringindo e direcionando as formas de amar e ser amado sob a perspectiva do amor romântico. Esse processo atribui características, estilos de vida, intensidades desse sentimento e valores que se disseminam através da cultura. Assim, o amor romântico se distingue por sua construção, marcada por traços específicos que o diferenciam dos outros tipos de amor na sociedade.

PROCESSO METODOLÓGICO

Assumindo as redes sociais de relacionamento amorosos como um artefato cultural, isto é, um espaço oportuno para aprendizagens sobre os modos de ser, estar e se relacionar com o outro na contemporaneidade, esta pesquisa também abordou os modos como os relacionamentos amorosos têm se instituído de maneira *online* na contemporaneidade. Utilizo das análises culturais, pois elas “podem ser configuradas como formas interessadas em lidar com práticas e produtos da cultura” (Wortmann, 2007, p. 75). Em outras palavras, ao utilizá-las como método é possível olhar para o artefato tensionando as relações e saberes que ali reverberam, assim como os ensinamentos. A partir disso, é viável compor novas histórias “assumidamente parciais, incompletas e orientadas pela preocupação com a apresentação das circunstâncias, e não pela busca das causas” (Ibid).

De acordo com Coiro-Moraes (2016), a análise cultural pode ser utilizada como

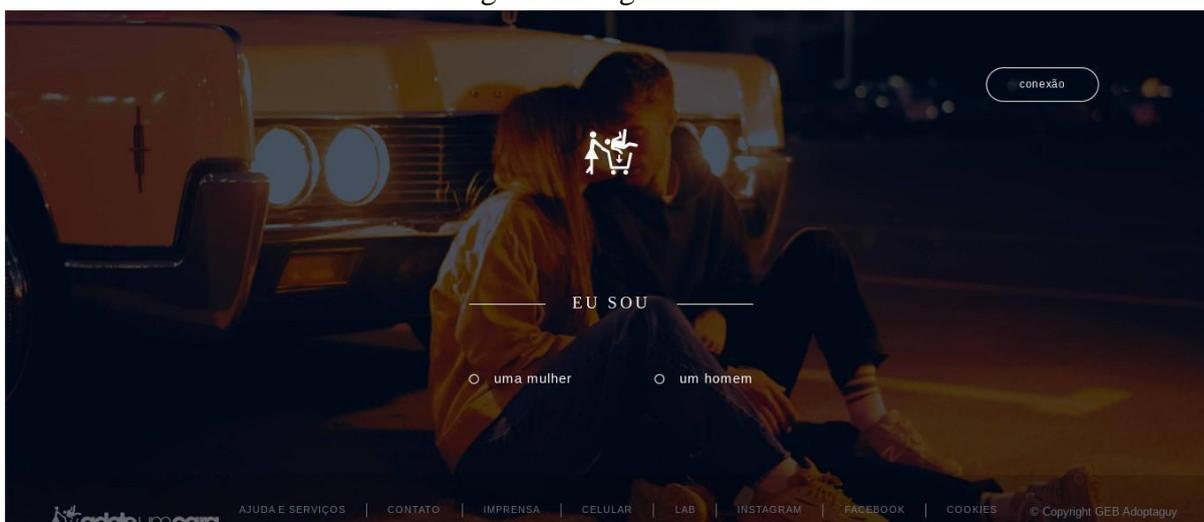
método analítico, relacionada à abordagem de estudo. A autora sugere que, quando operacionalizada, essa análise pode revelar crenças, comportamentos, visões de mundo e práticas sociais, dependendo das experiências dos indivíduos em determinados contextos. Essa perspectiva é fundamental para a investigação, pois é necessário observar os textos disseminados nas redes sociais, identificando o que é produzido, quem produz e para quem são destinados.

O ADOTE UM CARA

Como já mencionado, o *Adote um Cara* é uma rede social *online* que foi criada na França em 2007 e lançada no Brasil em 2013, acompanhada por sua versão em aplicativo para celular. Conforme sua própria descrição, ela se apresenta como “uma rede social descolada e divertida onde somente as mulheres podem tomar a iniciativa com os homens”, promovendo uma inversão de papéis na paquera. Tradicionalmente, cabe ao homem demonstrar interesse e iniciar o contato; aqui, entretanto, a rede se diferencia ao destacar essa mudança, posicionando-se como moderna e “descolada”. A plataforma também se alinha com algumas discussões feministas ao colocar as mulheres no papel de escolher seus parceiros, enquanto os homens ocupam um lugar de objetos de consumo na dinâmica da rede.

O acesso ao Adote um Cara pode ser realizado através do site “adoteumcara.com.br” ou também pelo aplicativo de celular, disponível para os sistemas Android e IOS.

Imagem 1 - Página Inicial.



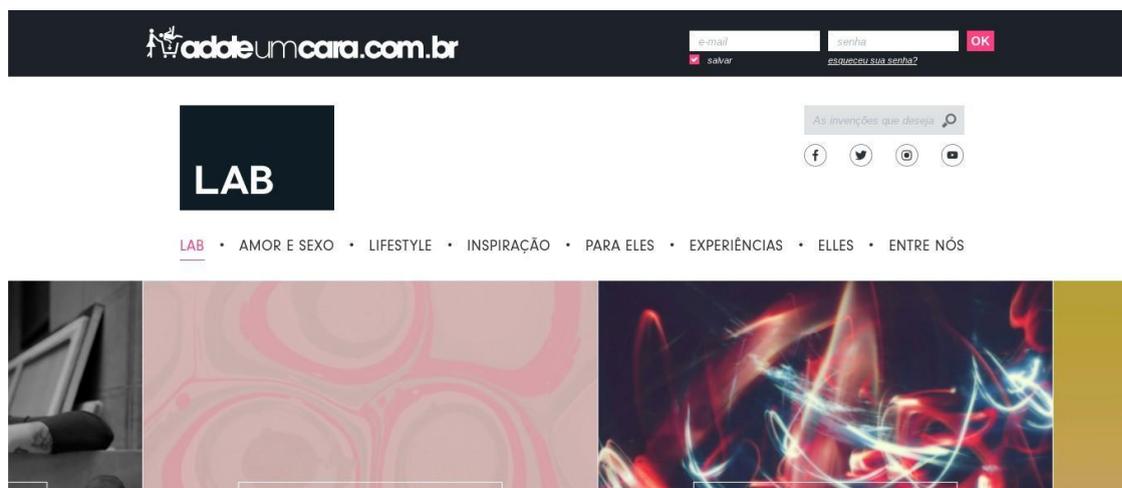
Fonte: <https://www.adoteumcara.com.br/>. Acesso em: 28. out. 2024

Observa-se que, ao acessar a rede social, o usuário é imediatamente direcionado para criar um perfil, começando pela escolha de gênero. O plano de fundo com a imagem de um

casal já aponta o endereçamento da rede, que está voltado à constituição de casais heterossexuais. O carro ao fundo também sugere a classe social desejável, considerando que se faz necessário ter carro próprio. Todos os elementos são cuidadosamente pensados, orientando os usuários a compreender os objetos, adereços, características e concepções que são valorizados pela rede social.

Além de oferecer a busca por relacionamentos, a rede social conta com uma seção especial chamada “LAB”, acessível pela barra superior. Esse espaço é um dos principais diferenciais da plataforma e funciona como um tipo de microblog que promove e molda modos de ser dos usuários, orientados pela visão do amor romântico no contexto da sociedade de consumo. Essa seção, escolhida como material empírico desta pesquisa, publica uma variedade de conteúdos em formatos como texto e imagem, geridos pela equipe do *Adote um Cara*, e aborda temas relacionados aos diferentes modos de amar, de ser mulher e de ser homem, promovidos pela rede social.

Imagem 2 - Página Inicial do LAB.



Fonte: <https://www.adoteumcara.com.br/lab>. Acesso em: 28.out.2024

Essa seção corresponde a uma aba da rede, em que funciona um tipo de "laboratório" que apresenta experiências de usuários, orientações de uso, dicas de estilo de vida, temas sobre “amor e sexo,” “inspirações” e outros tópicos. Esse espaço se organiza de forma semelhante a um *blog*, oferecendo textos e imagens em categorias que abordam aspectos da vida cotidiana e das subjetividades.

GUIA PARA INICIANTES

Para orientar novos usuários da rede social em busca de um relacionamento baseado

no amor romântico, alguns textos no espaço LAB oferecem um passo a passo de ações e diretrizes. A intenção é fornecer um guia que ajude os recém-chegados ou aqueles com menos experiência no universo dos encontros e da rede social, destacando como utilizar as ferramentas de busca e planejar encontros bem-sucedidos.

CINCO LUGARES INUSITADOS PARA UM PRIMEIRO DATE

Vamos inovar um pouco e pular a parte onde o primeiro encontro é em um bar ou em um café? Bora fisgar o cara antes mesmo de se encontrarem, na conversa mesmo? Pensando nisso criamos uma lista com 5 lugares inusitados para um primeiro date, confira:

[...] **2 - Degustação de vinho/cerveja:** Essa é uma ótima opção se você quer quebrar o gelo com uma bebida: o que melhor do que aprender sobre vinhos ou cervejas do que uma degustação? Se você é tímida e tem medo do silêncio desconfortável que pode surgir nos primeiros dates, esse tipo de evento é perfeito, pois o papo fica todo à custa do sommelier! Aposte!

[...] **4 - Brunch:** Se os dois amam comer, a ideia de brunch é super legal! Uma mistura de café da manhã com almoço de uma forma despojada e descontraída, que vem se tornando uma ótima opção nos últimos anos!

O texto enfatiza a importância de planejar o primeiro encontro, sugerindo que a escolha do local pode influenciar na continuidade do relacionamento. Essa ideia reforça a teoria de Illouz (2009), que vê o encontro como uma etapa fundamental na experiência amorosa. Além disso, os locais indicados refletem questões de classe social, pois são voltados para um público com maior nível econômico e cultural. Por exemplo, opções como *brunch* não são típicas de restaurantes populares no Brasil, assim como degustações e experiências gastronômicas não estão amplamente disponíveis em todas as cidades ou bairros.

O primeiro encontro é frequentemente enfatizado nas diversas experiências amorosas compartilhadas no LAB. Assim, além de a rede social estabelecer diretrizes para um relacionamento romântico bem-sucedido, os relatos dos usuários reforçam essa perspectiva. Um exemplo disso é o caso de Marcela e Arthur:

DOIS GEEKS UNIDOS PELA HASHTAG

“A primeira conversa foi bem descontraída, deixamos claro que poderíamos nos encontrar como bons amigos para conversar, sem pressão”, confirma a moça. E o encontro não poderia ter sido mais amigável, assim digamos: em uma hamburgueria na enérgica Avenida Paulista, em São Paulo, coroada com uma chuva torrencial que molhou a roupa branca da Marcela.

Pouco importou se ela chegou molhada ao encontro do Arthur. Eles se cumprimentaram, degustaram hambúrgueres e deixaram a conversa os levar a serem os últimos clientes a irem embora do lugar. “Ficamos horas e horas lá, sentados, dando risada. Sentimos uma sintonia, como se já nos conhecêssemos antes”, conta ela.

Enfatizo a dinâmica presente nos encontros contemporâneos, como observado por Priore (2011), em que eles se iniciam no ambiente virtual e, só depois, passam para o presencial. A “primeira conversa” torna-se essencial para que o encontro físico aconteça, pois é nesse espaço virtual que o flerte, as trocas de interesses e as negociações são realizadas. Essa mesma lógica é abordada em outros textos também.

UMA GAÚCHA E UM CARIOCA NA CIDADE MARAVILHOSA

[...] depois que começaram a se falar, o assunto não parou mais. Um mês inteiro de mensagens trocadas, entre bons dias e boas noites enviados e correspondidos, até que o Joni teve a iniciativa de pegar o avião para conhecer a Carol, essa menina do Sul que antes era um mistério para o moço.

A questão do tempo dedicado ao desenvolvimento de uma conversa virtual antes do primeiro encontro é significativa. A rede social oferece orientações aos usuários sobre as condutas a serem seguidas para alcançar um relacionamento amoroso bem-sucedido. Nesse contexto, observamos uma pedagogia relacional em ação, guiando os sujeitos sobre como estabelecer o contato inicial no ambiente virtual e indicando o momento apropriado para a transição ao encontro presencial, cumprindo mais uma etapa essencial na experiência amorosa, o “primeiro encontro” (Illouz, 2009).

DA ATRAÇÃO À ADMIRAÇÃO: O AMOR VEM QUANDO MENOS ESPERAMOS

[...] O primeiro encontro foi no no Empanadas, na Vila Madalena, e ambos estavam ansiosos! Ao se olharem pela primeira vez, os dois tiveram uma certeza: a atração era inegável!

A relevância do primeiro encontro é destacada através dos sentimentos, como a ansiedade. Ainda, o encontro presencial permite revelar outros fatores, tais como o “primeiro olhar” e a “atração instantânea”, conforme citado no excerto, os quais são classificados por Giddens (1993) como elementos do amor romântico. Illouz (2009) também destaca o primeiro beijo como um dos componentes constituintes da experiência amorosa.

UM ENCONTRO DE ALMAS

“Foi engraçado porque foi tudo muito informal. Eu simplesmente liguei, ele veio, nos encontramos e nos beijamos, como se fôssemos velhos conhecidos”.

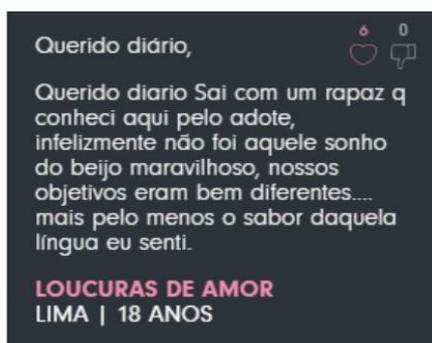
Para evidenciar a importância do momento, os dois trechos acima, retirados de diferentes textos, reafirmam o primeiro beijo como essencial, destacando a prática nos relatos

dos casais. Vale ressaltar que, em ambos os excertos, são as mulheres que compartilham a experiência e tomam a iniciativa. Esse movimento narrativo é interessante, já que a descrição feminina reforça a ideia do amor romântico como associado ao feminino, enquanto a iniciativa do primeiro beijo segue a proposta da rede social de “dar à mulher o poder de escolha”.

Além do planejamento dessas ocasiões especiais, existem alguns aspectos importantes que devem estar presentes nos encontros para que os casais vivam felizes. Conforme Illouz (2009, p. 88), esses relacionamentos são orientados por ideias como “aproveitar bons momentos juntos, compartilhar interesses, dialogar, conhecer um ao outro, compreender as necessidades mútuas e realizar concessões, entre outros aspectos”; ou seja, um conjunto de comportamentos essenciais para conduzir os indivíduos a um relacionamento amoroso duradouro.

Abaixo, apresento um relato postado na rede social na seção “entre nós”:

Imagem 3 - Relato de usuário.



Fonte: <https://www.adoteumcara.com.br/lab/pyjama>. Acesso em: 20 set. 2024.

Nota-se que o texto contém elementos que fazem parte da experiência do amor, como o encontro e o primeiro beijo, definidos por Illouz (2009). No entanto, ele também revela o insucesso e a falta de compatibilidade entre os envolvidos, já que a personagem menciona que, durante o encontro, percebeu que ambos possuíam “objetivos de vida” diferentes. Isso evidencia a importância dessas questões na construção das ideias de amor romântico na contemporaneidade.

Para os “iniciantes”, o guia sugere que um relacionamento bem-sucedido pode ser alcançado ao seguir os passos recomendados. Assim, ao propor discursos e práticas culturais normativas para o primeiro encontro, o *Adote um Cara* estabelece padrões de relacionamento. Com orientações direcionadas à práticas específicas que estruturam relacionamentos na atualidade, a rede configura e molda seus usuários segundo suas diretrizes, integrando-os à sociedade e ao mercado dos relacionamentos. Desse modo, ela transmite um conjunto de ações

e símbolos sobre como construir um relacionamento, incluindo as etapas e sequência sugeridas: primeiramente, o flerte virtual; em seguida, a escolha de um ambiente apropriado para o primeiro encontro, como restaurantes, experiências gastronômicas ou passeios ao cinema; depois, o primeiro beijo, valorizado como elemento importante, em que a iniciativa pode partir da mulher. Ao seguir essas orientações, tanto novos usuários quanto iniciantes em busca do amor poderão atingir um relacionamento de sucesso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto da educação, acredito que o estudo foi significativo para revelar e questionar as diversas maneiras de ser e estar homem e mulher na sociedade contemporânea, bem como os papéis que cada um deve ocupar em um relacionamento amoroso. Além disso, destaco o uso das redes sociais como instrumento que facilita a formação e a manutenção de relações interpessoais, sinalizando as formas de interação e o uso dos ambientes virtuais em detrimento das interações presenciais.

Como elementos que constituem a experiência de amor romântico nos relacionamentos contemporâneos, evidencio os marcadores relacionados ao “guia para iniciantes”, os quais incluem a primeira conversa, a escolha do local, o primeiro encontro e o primeiro beijo. As recomendações sugerem que estes são os elementos necessários para encontrar o par ideal e usufruir de um relacionamento de sucesso. Ainda, as prescrições indicam que, primeiramente, o flerte deve ocorrer no espaço virtual; após isso, é necessária a escolha de um ambiente digno de primeiro encontro: restaurantes, experiências gastronômicas ou passeios, como o cinema; além disso, o primeiro beijo também é um fator importante para estabelecer o relacionamento e, como nos casos apresentados, a iniciativa pode partir da mulher. Seguindo as orientações, os novos usuários e os iniciantes na arte do amor poderão obter um relacionamento “ideal”.

A partir dos achados, considero que a rede social operacionaliza uma pedagogia cultural, a qual funciona em prol de um determinado modo que organizar, guiar e constituir os relacionamentos amorosos na contemporaneidade, bem como os papéis que cada um deve desempenhar dentro da relação. Dessa forma, é possível afirmar que as pedagogias culturais atuam direcionando e orientando seus usuários para os modos de ser e estar em busca de um parceiro amoroso.

Por fim, destaco que existem diversas perspectivas, problemáticas e abordagens alternativas para desenvolver a pesquisa sobre as ideias de amor romântico e pedagogia cultural. O objetivo deste estudo foi apresentar uma das maneiras de compreender e refletir sobre esse tema, a fim de problematizar e analisar certas concepções que

emergem da cultura em nossa sociedade.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Paula de Porte; COSTA, Marisa Vorraber. Nos rastros do conceito de pedagogias culturais: invenção, disseminação e usos. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 1, n. 33, p. 1-23, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edur/a/FTppyqQTJpM7YVWxWvmTj8S/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 set. 2024.

BAUMAN, Zigmund. **Vida para Consumo: a Transformação das Pessoas em Mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BOECK, Úrsula. **Apegar-se, desapegar-se, comprometer-se, deixar fluir**; Filmes que ensinam sobre práticas afetivas na contemporaneidade. 2014. Dissertação (Mestrado em mestrado em educação) – Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 2014.

CAMOZZATO, Viviane Castro. Pedagogias do presente. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 39, n. 2, p. 573-593, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/edreal/a/JQGQqFY6bhHXDRrLj8Sn56P/?format=pdf>. Acesso em: 20 set. 2024.

CNN Brasil. **Downloads do Tinder estão caindo, mas era dos aplicativos de namoro ainda não acabou**. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/downloads-do-tinder-estao-caindo-mas-era-dos-aplicativos-de-namoro-ainda-nao-acabou>. Acesso em: 10.out.2024.

COIRO-MORAES, Ana Luiza. A análise cultural: um método de procedimentos em pesquisas. **Questões Transversais**, São Leopoldo, v. 4, n. 7, p. 28-36, 2016. Disponível em: <https://revistas.unisinus.br/index.php/questoes/article/view/12490/PDF>. Acesso em: 14 out. 2024.

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

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

DEL PRIORE, Mary. **História do amor no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2011.

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

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

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PELÚCIO, Larissa. Match com os conservadorismos: masculinidades desafiadas nas relações heterossexuais por meios digitais. **Interfaces Científicas**, Aracaju. v. 8, n. 2, p. 31-46, 2020. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/educacao/article/view/7062>. Acesso

em: 24 out. 2024.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de Identidade**: uma Introdução às Teorias de Currículo. São Paulo: Autêntica, 1999.

STEINBERG, Shirley. R. & KINCHELOE, Joe. L. (Org.). **Cultura infantil**: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

WORTMANN, Maria Lúcia. Análises culturais – um modo de lidar com histórias que interessam à educação. In. COSTA, Marisa Vorraber. **Caminhos Investigativos II**: Outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

WORTMANN, Maria Lúcia Castagna; COSTA, Marisa Vorraber; SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. Sobre a emergência e a expansão dos Estudos Culturais em educação no Brasil. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 38, n.1, p. 37-38, 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/faced/article/view/18441>. Acesso em: 24 out. 2024.

ZAGO, Luis Felipe. Pornotopias - espaço, mídias e sexualidade. **E-Compós**, Brasília, v. 19, n. 3, p. 1-19, 2016. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1258/906>. Acesso em: 20 set. 2024.