DESIGN EM SITES DE ENCONTRO: PROMESSAS DE AMOR VERDADEIRO, RÁPIDO, ANÔNIMO E GRATUITO

Paula Rebello Magalhães de Oliveira
Doutoranda em Psicologia Clínica pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil. Professora de Educação à Distância do Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais e da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro, Brasil.
E-mail: paularebello2@hotmail.com

Ana Beatriz Pereira de Andrade
Doutora em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. Professora do Departamento de Psicologia da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Campus Bauru, Brasil.
E-mail: anabiaandrade@faac.unesp.br

Resumo
O presente ensaio parte de pesquisa em desenvolvimento sobre a atração amorosa na *Internet*. Os *sites* de namoro são considerados lugar de encontro na rede, oferecendo aos seus usuários inúmeros recursos interativos para facilitar o conhecimento de possíveis parceiros amorosos. Aponta aspectos relacionados às estratégias utilizadas pelos *sites* para atrair pessoas. O *design* das páginas principais e anúncios são fonte de rico material de análise, reforçando mensagens atrativas que podem contribuir para o sucesso destes *sites* junto à sua clientela.

Palavras-chave: *Design*. *Sites* de encontro. Relacionamento. Atração. *Marketing*.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a mídia apresenta interessantes reportagens como "Minha vida amorosa na *Internet*" (2009), "Por que milhões de brasileiros resolveram buscar um romance pela *Internet*" (2002), mostrando que o público brasileiro aderiu à prática do encontro virtual, fazendo uso crescente de *sites* de encontro. Várias reportagens como *"Remember Online Dating?"* (2009) e *"Love at first site"* (2002) indicam o aumento contínuo destes serviços ao longo do tempo. Logo, estes *sites* apresentam-se como uma nova forma de atuar buscando possíveis parceiros amorosos, o que desperta grande interesse em profissionais de diferentes áreas. Tal interesse pode ser identificado em vários trabalhos recentes (COOPER, 1998; RAMALHO, 2005; FORTIM; FARAH, 2007; NASCIMENTO, 2007; FÉRES-CARNEIRO; ZIVIANI, 2009).

Cada vez mais são testemunhados encontros que ocorrem longe das ruas, das aglomerações. Os encontros presenciais foram deslocados para dentro da rede, isto é, para *sites* que têm como principal objetivo o relacionamento através de recursos interativos que permitem a comunicação com outros usuários, mesmo distantes presencialmente, sendo o computador um mediador nesta relação. Recursos como o *e-mail* ou o *MSN*, por exemplo, facilitam a troca de mensagens praticamente em tempo real, tornando assim presente espacialmente na rede alguém considerado "ausente", por estar distante física e geograficamente do outro.

Giddens (1991) e Bauman (1999) mostram que os espaços e a vida em sociedade foram alterados com a globalização, pois as relações sociais se davam por meio da presença física, delimitada no tempo e no espaço. Portanto, as ideias de distância e proximidade, ausência e presença, surgem como fundamentais quando reflete-se sobre situações de encontro entre duas pessoas, em especial na *Internet*. Elas conduzem a enfatização do corpo como elemento primordial nas relações humanas, o que não ocorre, aparentemente, nas interações estabelecidas na *web*, como discutem alguns autores (MERKLE; RICHARDSON, 2000; WHITTY, 2003; LE BRETON, 2007). A partir daí, podem surgir várias questões sobre os relacionamentos amorosos na rede ou até mesmo a respeito do sucesso dos *sites* entre seus usuários.

Pensar a ausência do corpo no ambiente virtual parece implicar na restrição das sensações que poderiam despertar o interesse das pessoas. Contudo, os usuários de *sites* de relacionamento amoroso aumentam continuamente, assim como suas histórias sobre casais que se conheceram na *Internet* tornam-se cada vez mais comuns no cotidiano (SAMPAIO, 2002; ZACHARIAS, 2007; CARPANEZ, 2008). Logo, pergunta-se: como estes *sites* atraem tantos usuários?

2 METODOLOGIA

Utilizou-se material de campo coletado a partir de 2007 em diferentes *sites* de relacionamento amoroso usados por brasileiros. Através da observação de propagandas e *homes* foi elaborado estudo comparativo que se concentrou especialmente no *site ParPerfeito* devido à preferência relatada por vários usuários, além da longa história de sucesso desse *site* no mercado.

O *ParPerfeito* possui mais de 10 anos de existência no mercado e o número elevado de mais de trinta milhões de integrantes. Foi criado em 2000 no Brasil e devido ao sucesso junto ao público brasileiro, foi comprado pelo *site* francês *Meetic* em 2006, com representação em mais de vinte países, incluindo: Reino Unido, Alemanha, Áustria, Bélgica, Brasil, China, Dinamarca, Espanha, Itália, Luxemburgo, Noruega, Holanda, Polônia, Portugal, França, Suiça, Suécia, além de países na Ásia e America Latina. Pode ser acessado através do *Yahoo!Encontros* e, como possui mais de quarenta parceiros, dependendo do *site* de acesso, recebe novos nomes, como: *Combine* (*Portal IG*), *Conquista* (*O Dia Online*), *NamoroNaWeb* (*Globo.com*), *NamoroXAmizade* (*Portal Terra*). O *Meetic* também anuncia outros serviços: *DatingDirect.com*, *Yeeyoo.com* e *Lexa.nl* e, recentemente no Brasil, o *DivinoAmor*, voltado para usuários evangélicos, e o *G Encontros*, voltado para gays, lésbicas e bissexuais, além da fusão com o *site Match.com*, no mercado latino americano.

Os *sites* de encontro observados apresentavam como principal objetivo: permitir a seus usuários conhecerem outras pessoas a fim de estabelecerem um possível relacionamento amoroso. Foram percebidas pequenas diferenças entre eles, como por exemplo: a oferta de testes de compatibilidade, considerados científicos, logo, mais confiáveis; a diversidade de públicos alvo, como ocorre no *ParPerfeito* e pode ser verificado em sua página principal. Neste último caso, os mesmos recursos são oferecidos para diferentes clientes. Isto é, o projeto gráfico da página principal mostra-se repetido, adequando-se a outra clientela, inclusive utilizando por vezes a mesma imagem-símbolo de um casal, igual ou diferente, mudando apenas o nome fantasia e as frases de efeito usadas.

As análises realizadas apóiam-se em material teórico interdisciplinar, envolvendo diversas áreas de conhecimento como Psicologia, Sociologia, *Design*, Artes Visuais e *Marketing*. Foram levantados aspectos relacionados principalmente à percepção visual do usuário, procurando ampliar os conhecimentos do leitor a respeito das estratégias dos *sites* de

encontro, oferecendo várias possibilidades interpretativas para elementos estimulantes destacados ao longo do estudo.

3 PORQUE FAZER SEU CADASTRO: A BUSCA PELO PAR PERFEITO

O *ParPerfeito* oferece aos seus usuários a possibilidade de grandes encontros, relacionamentos amorosos e novas amizades. Dizem já ter formado inúmeros casais. Afirmam: "Realmente funciona!". São várias as suas "histórias de sucesso". Essas histórias podem ser conferidas no próprio *site*. Estão expostas para todos que desejem fortalecer a esperança de que um dia a sua história esteja ali. Como uma parede de fotografias de realizações, parecem fazer parte de uma família bem sucedida de casais felizes por terem se encontrado: pares perfeitos!

Além de dados estatísticos, dão ótimas razões para você se cadastrar: "Você só saberá se funciona, se tentar! É grátis, fácil e anônimo.". Antes mesmo de se cadastrar é possível utilizar o recurso de busca para "matar a curiosidade", ou melhor, para aumentá-la ainda mais! E por que não cadastrar-se?

"É grátis!" Ao menos no início, enquanto você conhece melhor os recursos oferecidos pelo *site* e percebe as compensações de fazer sua assinatura. Ao cadastrar-se você é considerado "Associado Básico" e pode: fazer inúmeras buscas; ver diferentes perfis; enviar em torno de 250 mensagens por dia para outros usuários, seus possíveis pretendentes; receber mensagens do *ParPerfeito* com dicas ou sugestões de perfis interessantes para você, além de mensagens de usuários que gostaram do seu perfil; enviar e receber e-mails expressos; conversar *online* no "PapoDireto" com pessoas que lhe interessem. Porém, esse contato fica restrito ao grupo de usuários que pagam o *site*, isto é, se você não paga, só pode dirigir-se àqueles que pagam ou o convidam para conversar. Existe um período limitado (em torno de dois meses) para utilização do *ParPerfeito* nestas condições, ficando seu uso bloqueado (até que você pague) inclusive para visualizar suas mensagens.

"É barato!" O *ParPerfeito* envia constantemente propostas de assinatura ("Torne-se Ouro AGORA!"). São "promoções imperdíveis", exclusivas para você que deseja encontrar seu par perfeito e já viu que o *site* funciona! O "Associado Ouro" tem oportunidades ilimitadas de acesso a todos os usuários cadastrados (Básico ou Ouro). O valor dependerá da promoção oferecida. Basta fazer a opção: *"QUERO SER OURO PAGANDO APENAS R$19,99 POR MÊS!"*. Este é um exemplo, mas de qualquer forma, comparativamente ao preço de uma ida ao cinema, boate, restaurante ou lanchonete, fica muito mais em conta para a maioria dos usuários. Na visão do *site*, você tem tudo para querer: "Quero ser ouro e ter acesso aos benefícios exclusivos." E eles insistem: "SEJA OURO AGORA e comece já a aproveitar seus benefícios especiais".

"É fácil!" O acesso é simples para o usuário comum da *Internet*: basta preencher os dados requisitados pelo *ParPerfeito*; conhecer aos poucos suas ferramentas; clicar seus *links*; fazer suas buscas e, como eles dizem, "Com milhões de pessoas cadastradas procurando por um relacionamento amoroso, um grande encontro pode estar a um clique de distância.". Imagine a grande oportunidade de conhecer inúmeras pessoas sem sair de casa, com apenas um clique do *mouse*! Basta digitar as características que lhe atraem mais e pronto: clique! Lá estão várias pessoas, inúmeras oportunidades de relacionamento!

"É anônimo!" Isto significa: é seguro. O próprio anonimato já oferece a sensação de segurança, importante para tantos usuários da *Internet*. Estar protegido por trás de um nome, uma identidade criada para aquele uso específico, facilita muito esse contato virtual com outros. Assim como você não se sente obrigado a revelar tudo sobre você, também sabe que não há nenhuma garantia de que o perfil dos outros contenha características reais, neste caso, verdadeiras, dos sujeitos. Podem ser exageradas, desejadas, idealizadas... Você escolhe um

apelido pelo qual ficará conhecido através de seu perfil no *site*. Só revela os dados que quiser e para quem escolher fazê-lo. Pode inclusive "bloquear" o acesso de pessoas não desejadas.

"É rápido": "Escolha seu apelido e Crie seu perfil em dois minutos." Para aqueles que não têm tempo de investir num relacionamento em seu dia-a-dia, esta proposta parece ser muito atraente. Dentro de sua disponibilidade, basta estar conectado na *Internet* para investir. Não interessa onde você está, basta estar na rede! Pode receber mais de vinte propostas de relacionamento, em menos de uma semana! Pode criar uma única mensagem e enviá-la para mais de cem pessoas num dia! Pode fazer pesquisas de possíveis pares e receber mais de trinta opções para escolher no mesmo minuto! Pode olhar inúmeros cadastros e optar com quem entrará em contato naquele momento. Pode ler todo o perfil de seus pretendentes antes de se decidir a responder alguém no mesmo instante. Basta fazer seu perfil no *ParPerfeito* e gastar apenas 2 minutos do seu dia!

Mas, o principal argumento para você se cadastrar no *ParPerfeito* parece ser a promessa de representar um ótimo entretenimento: "Divirta-se!". Quem não deseja sentir-se livre para se divertir, com quem quiser e como quiser, especialmente, quando e onde quiser?

4 AS OFERTAS DE SUCESSO DO SITE PARPERFEITO

O *ParPerfeito* quer que você seja bem sucedido em suas intenções e, para tal, compartilha com seus usuários a "fórmula do sucesso" através de mensagens de *e-mail* ou na sua página. Em todo momento, o *site* tenta contribuir em sua busca pelo par perfeito. São várias as dicas que podem lhe ajudar a encontrar um grande número de opções em seu banco de dados.

O cadastro envolve a criação de um perfil no qual cada pessoa deve descrever-se, apresentando suas características pessoais, hábitos, interesses, assim como as características da pessoa que busca encontrar, da pessoa ideal com quem gostaria de se relacionar. Os dados fornecidos visam facilitar as buscas de todos os usuários. O *site* recomenda o preenchimento do maior número de informações possíveis. Existem itens com dados objetivos e textos que devem ser redigidos pelo usuário. Eles são divididos em duas partes: sobre mim e sobre quem busco:

> Sobre mim
> **Informações básicas**: Sexo, Orientação sexual, Idade, Localização, O que procura
> **Características físicas**: Altura, Peso, Corpo, Tom de pele, Olhos, Cabelos
> **Dados gerais**: Estado civil, Moradia, Filhos, Religião, Renda, Formação, Signo
> **Interesses e Características**: TV, Leitura, Música, Visual, Comida, Viagens, Animais
> **Hábitos**: Exercícios, Bebida, Fumo, Saidas, Hobbies, Esportes
>
> Textos sobre mim:
> **Frase de Chamada**
> **Apresentação pessoal**
> **Descrição do corpo**
>
> Sobre quem busco
> **Informações Básicas de Quem Busco**
> Sexo, Sexualidade, Faixa etária, Localização
> **Hábitos de Quem Busco**
> Exercícios, Bebida, Fumo
> **Dados Gerais de Quem Busco**
> Estado civil, Moradia, Filhos, Religião, Renda, Formação, Signo

> **Características Físicas de Quem Busco**
> Altura, Peso, Corpo, Tom de pele, Olhos, Cabelos
>
> Textos sobre quem busco:
> **Um pouco mais sobre quem busco**

Consideramos relevante apresentar as várias dicas oferecidas pelo *ParPerfeito* para que se obtenha sucesso em sua utilização. Por isso, destacamos cada uma das dicas e procuramos complementar com mais informações e orientações sobre as ferramentas do *site*:

> Perfil bacana!
> Um perfil bem escrito e preenchido cuidadosamente faz com que qualquer usuário tenha uma boa primeira impressão a seu respeito. e queira conhecê-lo melhor.

"Quer fazer sucesso no Yahoo! Encontros? Quer atrair a atenção de até 10 vezes mais usuários, receber mais e-mails e mais chamadas para o PapoDireto?" Explicam a importância em se colocar a foto no perfil, pois "desperta a curiosidade e destaca o seu perfil dos demais". Além de sugerirem como devem ser estas fotos: fotos sem superprodução, que mostrem você no dia-a-dia, sem montagens, nítidas, recentes, de rosto, do corpo inteiro, sem muitas pessoas que dificultem sua identificação:

> Seja visto!
> Uma boa foto, que valorize as suas características mais marcantes, faz a maior diferença. Perfis com fotos são em média 10 vezes mais visitados, e aumentam os índices de aceitação do usuário.

Para estabelecer contato com outros usuários, podem ser utilizados os e-mails, mensagens escritas e enviadas especificamente para uma pessoa; e-mail expresso, uma única mensagem (geral) que pode ser salva e enviada para qualquer pretendente:

> Envie muitos e-mails!
> Quanto mais e-mails enviar, maiores as suas chances de encontrar quem você deseja. Envie mensagens criativas e apresente-se de forma sincera e bem humorada. Você também pode conversar pelo PapoDireto!

O *site* procura manter o usuário sempre informado sobre as visitas ao seu perfil. Você sabe sempre que está vendo o perfil de alguém que está *online*, assim como a pessoa que vê seu perfil sabe que também está conectada. Estar conectado pode ser a principal estratégia para conhecer pessoas!

> Fique no alto!
> A cada vez que você entra no Yahoo! Encontros com seu apelido e senha, seu perfil vai para o alto das listagens dos outros usuários, garantindo que muito mais pessoas vejam você.

O *ParPerfeito* diz possuir "as melhores ferramentas de busca e comunicação". Dentre as várias ofertas do *site*, as buscas são amplamente utilizadas. Os usuários geralmente optam por realizá-las pessoalmente para escolher os perfis mais interessantes. São vários os tipos de busca oferecidos:

- Busca rápida: baseia-se em critérios simples, como sexo, idade, país, estado, cidade e tem a opção de perfis com ou sem foto;

- Busca por perfis de usuários que estejam *online*: dá a possibilidade aos usuários de encontrarem perfis interessantes e conversar na mesma hora com as pessoas pelo PapoDireto;

- Busca por afinidade: apresenta uma lista por ordem de compatibilidade entre o seu perfil e dos outros usuários;

- Busca detalhada: o usuário pode definir as características de quem deseja encontrar de forma mais detalhada;

- Busca salva: é possível definir os parâmetros da busca e utilizá-los sempre da mesma forma, podendo ser alterados quando o usuário desejar.

A partir desta descrição de seu par perfeito, o *site* viabiliza um serviço próprio de mensagens informando aos usuários quase que diariamente novas possibilidades de relacionamento. Indicam "perfis compatíveis" com o seu. Costumam cruzar informações dos usuários como sexo, idade, altura, corpo, país, estado e cidade, com aqueles descritos por você como desejados em seu parceiro. Podem indicar inúmeras possibilidades por dia! Segundo eles: "Um deles pode ser exatamente quem você procura!". E reforçam: "Veja os perfis destas pessoas e entre já em contato com elas!".

Outra ferramenta de aproximação utilizada pelos usuários é "adicionar aos prediletos" perfis interessantes. O *site* informa quando você foi adicionado por alguém, facilitando seu acesso ao perfil daquela pessoa que está "procurando alguém exatamente como você". E sugere: "Entre agora mesmo no *Yahoo! Encontros* e descubra um pouco mais sobre o seu(sua) admirador(a)!":

> Divirta-se!
> Esteja aberto aos usuários que escrevem para você e conheça várias pessoas. Quanto maior for a sua movimentação no site, maiores as chances de encontrar aquele alguém especial. Esta fórmula é a garantia do seu sucesso.

Então, segundo as orientações do *ParPerfeito*: "Não percam tempo!". "Seu par perfeito pode estar a apenas um clique!". Esse apelo ao imediatismo está presente cada vez mais em páginas que acessamos na *Internet* como, por exemplo, jornais. O *Globo.com* e o *O Dia Online* possuem um link direto para o *ParPerfeito* através de programas com outros nomes como o *Namoro na Web* e o *Conquista*. É comum encontrarmos em alguns *sites* o símbolo principal do *ParPerfeito*, representado por um coração vermelho (algumas vezes pulsante), que oferece a possibilidade de namoro imediato a quem quiser clicar nele ou na palavra "busca".

5 IMAGEM COMO ATRATIVO

Os anúncios e *homes* dos *sites* de relacionamento amoroso chamam a atenção pelas mensagens transmitidas, mas também pelos sentimentos que podem evocar em seus visitantes. Estes projetos gráficos objetivam alcançar seu público alvo a partir do uso de cores, símbolos, palavras ou frases. Pretendem comunicar as facilidades oferecidas pelos serviços

disponibilizados pelos *sites*, convidando os usuários a novas experiências amorosas que podem ser concretamente vividas.

A oferta de namoro rápido é constantemente destacada em anúncios, como ocorre especialmente no mês de agosto, mês dos namorados, nas páginas de outros *sites*. Esse imediatismo é destacado através de frases de efeito, em geral com detalhes em vermelho: "Quer namorar ainda hoje?" (*Conquista*); "Comece a namorar agora!" (*Metade Ideal*). Outro recurso bem interessante usado pelo *ParPerfeito* é o movimento, pois dá vida à propaganda, o que reforça ainda mais sua finalidade principal. A afirmação "Comece a namorar em 5 minutos!" (*ParPerfeito*), observada na Figura 1, com um grande coração vermelho pulsando, jamais passaria despercebida para um cliente em potencial.

Figura 1 – Propaganda do *site ParPerfeito*
Fonte: *http://yahoo.parperfeito.com.br*

Para conseguir o que deseja, basta a pessoa clicar no ícone em forma de botão, que também pisca, e será direcionada rapidamente para o *site* a fim de cadastrar-se.

Na maioria dos *sites* observados foi constatada a predominância do emprego de cores quentes em seu esquema cromático, principalmente o vermelho como pode ser visto na Figura 2. Detalhes importantes são geralmente destacados para chamar a atenção dos visitantes: "É rápido, fácil e grátis!" (*ParPerfeito*); "Criar meu perfil" (*ParPerfeito*); "Crie seu perfil e participe" (*NamoronaWeb*); "Criar meu perfil grátis!" (*Combine*); "Cadastre-se É grátis, clique aqui." (*Metade Ideal*); "Cadastre-se agora, é grátis" (*Amor à Vista*).

Figura 2 – Recorte da *home* do *site ParPerfeito*
Fonte: *http://yahoo.parperfeito.com.br*

Dependendo do *site,* os usuários são convidados para cadastrarem-se gratuitamente por um curto período de experiência, desta forma conseguirão uma amostra dos serviços disponíveis. No *ParPerfeito*, basta clicar em "Saiba como!", "Clique aqui", "Criar Meu Perfil OK!"ou, finalmente, "Experimente agora OK!" (Figura 3).

Figura 3 – Recorte de convite para cadastro no *site ParPerfeito*
Fonte: *http://yahoo.parperfeito.com.br*

Contudo, esta parece ser mais uma criativa estratégia para atrair clientes, pois através da pequena "prova" que lhes é oferecida, podem perceber a facilidade de entrar em contato com outros usuários utilizando os recursos do *site*, envolvendo-se na prática interativa, que passam a acreditar poder conduzi-los a ricas experiências afetivas. Desta forma, o usuário é estimulado a fazer parte do grupo de clientes pagantes do *site,* a fim de beneficiar-se de maior autonomia e melhores ferramentas disponíveis para suas buscas, tendo a promessa de certamente encontrar seu par perfeito.

6 O PODER DA PALAVRA

Na *Internet,* especificamente num *site* de encontro, a interação entre as pessoas ocorre principalmente através da escrita, da troca de mensagens entre seus usuários. Logo, torna-se essencial refletir sobre essas mensagens que podem servir como atrativo inicial para se estabelecer contato com pessoas até mesmo desconhecidas. Numa mensagem de *e-mail*, por exemplo, as palavras podem fazer toda a diferença, levando a interação ou não com quem redigiu o texto. Outro aspecto particularmente interessante sobre a escrita na *Internet* é o fato de ser comum numa mensagem o uso de outros tipos de símbolos como os *emoticons* que ajudam a expressar sensações, sentimentos, personalizando à escrita através de imagem e movimento.

No momento inicial de uma busca por um possível parceiro, por exemplo, pode-se compreender que as mensagens nos perfis dos usuários de *sites* de relacionamento funcionam como um cartão de visitas, apresentando e oferecendo importantes pistas sobre seu dono. Da mesma forma, funciona a troca de mensagens como as de e-mail dentro do próprio *site* ou através de outro correio eletrônico. A escrita fornecerá dados sobre aquele que escreve e convidará o outro, para quem se escreve, a responder, podendo ou não obter sucesso em seu intuito. Uma interação eficaz provavelmente dependerá desta primeira etapa ter sido bem sucedida.

Segundo Ruffo (2007, p. 36), um dos principais fatores que parece contribuir para o encontro virtual é a fantasia, "quando nos relacionamos com alguém que está do outro lado da tela, vivemos e nos encontramos principalmente com nossas fantasias, com aquela princesa ou príncipe encantado que existe dentro de cada um de nós". A fantasia reveste a narrativa de "calor", "emoção", "carinho", que acompanham um texto, ou melhor, que são atribuídos a alguém. Semelhantemente, Nolf (2007, p. 32) comenta que "os meios virtuais permitem que as fantasias tomem rostos e jeitos, e no futuro quem sabe, até cheiros."

O encontro virtual com uma pessoa desconhecida pode apresentar muitas lacunas que acabarão sendo preenchidas pela imaginação do usuário. Contudo, apesar da força que o imaginário parece desempenhar no mundo virtual, quem o frequenta pode percebê-lo

concretamente, experimentando vivências singulares, extremamente ricas. Cada novo espaço virtual, ou *site*, por exemplo, pode conduzir o usuário a novas experiências perceptuais. Neles, podem ser construídos diferentes personagens, novos mundos, sentimentos e até relacionamentos que farão parte da realidade de cada usuário.

Os atores do ambiente virtual são as pessoas por trás dos monitores e teclados, capazes de sentir, imaginar e atuar na rede, transformando, criando e incorporando suas novidades em seu cotidiano. São as pessoas que atribuem significado às palavras e imagens, dando sentido àquilo que lêem e vêem. Elas interpretam e respondem aos estímulos digitados, seja por outros usuários, mas também pelos profissionais que criam estes ambientes. Desta forma, reforçamos que parece também fundamental refletir sobre o projeto gráfico dos *sites*, pensando como este contribui para a criação de um ambiente propício ao relacionamento amoroso, capaz de conduzir seus usuários a experimentarem sentimentos de segurança, confiança e, principalmente, esperança de lá encontrarem sua alma gêmea.

7 PROMETENDO UM RELACIONAMENTO REAL E CONCRETO

O *design* dos *sites* reforçam ideias presentes no imaginário popular como a busca de um parceiro ideal ou do amor verdadeiro. Desta forma, direcionam seus usuários no sentido de usarem as ferramentas oferecidas pelo *site* para encontrarem essa pessoa especial. Algumas frases, aliadas às imagens cuidadosamente escolhidas de mulheres agarradas aos homens que provavelmente encontraram no *site*, mostram-se bem provocativas, estimulando as pessoas a cadastrarem-se: "Gostou? Arrume o seu. Esse já é meu!" (*ParPerfeito*) (Figura 4); "Arrumei esse gato. Quem disse que vou largar?" (*ParPerfeito*); "Ele soube me encontrar. Agora não largo mais." (*ParPerfeito*). Os textos ganham força, pois as imagens parecem atuar como uma prova incontestável da realidade, como podemos visualizar na Figura 4:

Figura 4 – Recorte de *home* do *site ParPerfeito*
Fonte: *http://yahoo.parperfeito.com.br*

Costuma-se destacar também a quantidade de usuários cadastrados no *site* de relacionamentos, o que surge como mais uma importante estratégia, pois oferece maior segurança e credibilidade ao site. Já que tantas pessoas utilizam aqueles serviços, um visitante pode concluir que o *site* é confiável, além do número comprovar estatisticamente o aumento das possibilidades de encontrar alguém especial, como os próprios *sites* afirmam: "531 pessoas online agora procurando por namoro. Alguém pode estar esperando por você!" (*Meu desejo*); "São 12 milhões de possibilidades." (*ParPerfeito*); "Aqui tem 17 milhões de solteiros. Ops, menos 2!" (*ParPerfeito*):

Figura 5 – Recorte de *home* do *site ParPerfeito*
Fonte: *http://yahoo.parperfeito.com.br*

Os *sites* observados costumam sugerir o encontro presencial como objetivo principal, oferecendo a ideia de concretude desta experiência através de inúmeras mensagens visuais. Fotografias insinuantes ajudam os usuários a imaginarem situações de encontros românticos no cotidiano: um casal brindando (*Be2*), vendo um filme em casa (*Be2*), correndo na praia (*Combine*), compartilhando o pôr-do-sol juntos (*Namoro à vista*). O contato físico é constantemente sugerido a partir de várias imagens de casais se abraçando (*ParPerfeito, Be2, Match.com, Metade Ideal*) ou se beijando (*Meu desejo*). Existe um excelente exemplo de propaganda do *site ParPerfeito* que apresenta a imagem do que seriam pessoas "concretas" na realidade fora do computador, reforçada pelo texto: "Mulheres e Homens: reais, online e disponíveis." Sabiamente, o anúncio que possui movimento, alterna os quadros e afirma: "Conheça pessoas reais como você."*(ParPerfeito)*. Parece provável que a comparação com essas pessoas, presentes no ambiente virtual apenas através de sua imagem, aumente a probabilidade de ocorrer uma identificação entre os usuários, o que facilitaria sua aderência aos serviços oferecidos.

Frequentemente, o projeto de *design* dos *sites* inclui elementos que estimulam os usuários, despertando sensações e emoções, criando experiências envolventes a partir das

fotografias de supostos clientes satisfeitos em suas relações. O toque, por exemplo, aparece sempre através de sugestão visual, utilizando-se fotos de pessoas de mãos dadas, se abraçando ou se beijando. A proximidade costuma ser muito evocada sensorialmente por possíveis situações de encontro como: um jantar a dois, um passeio na praia. Sobre o exposto, segue a Figura 6:

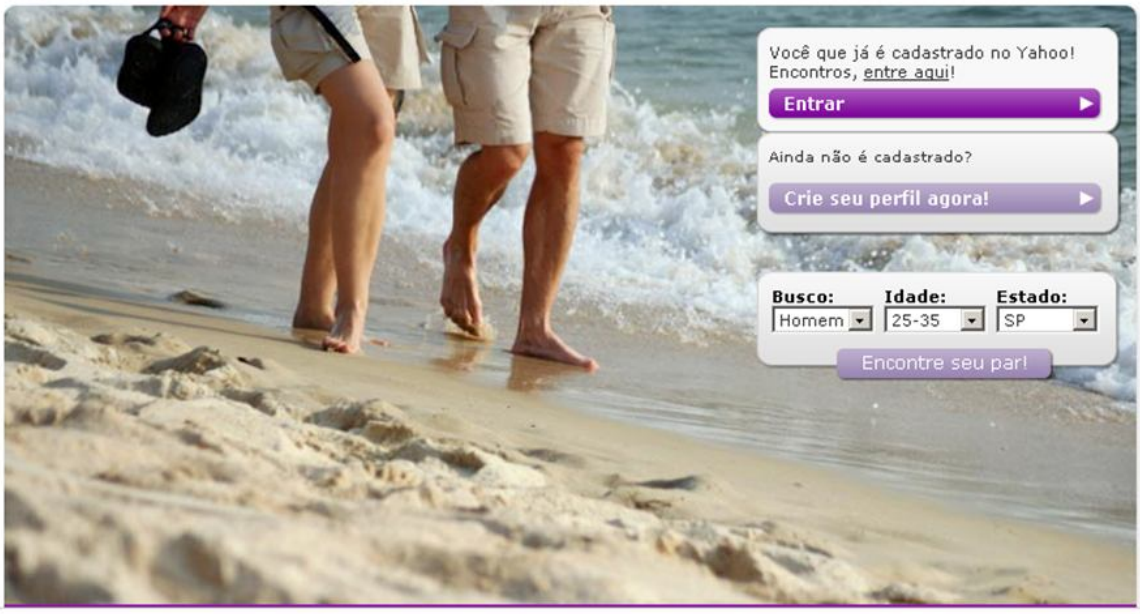

Figura 6 – Recorte de *home* do *Yahoo! Encontros*
Fonte: *http://yahoo.parperfeito.com.br*

Tais situações podem certamente despertar memórias afetivas, conduzindo as pessoas a experimentarem outras sensações que se associem às imagens vistas, como o sabor do vinho tinto, o som de uma música suave, a umidade da areia sob os pés descalços, o som das ondas.

8 A PRESENÇA DO AMOR ROMÂNTICO

Corbisier (2002) faz referência à indução presente nos *sites* de relacionamento amoroso, capaz de levar usuários a idealização inconsciente de seu par romântico. Em seu estudo sobre o *site ParPerfeito*, Nascimento (2007, p. 46)) também reforça este aspecto. Segundo esta última autora, as frases do *site* "remetendo sempre ao ideal romântico, idealizado e essencializado do amor, que objetiva o amor perfeito" funcionam como estímulo de acesso para seus usuários.

Os ícones empregados nas *homes* dos *sites* de encontro visam induzir as pessoas à sensação de incompletude e necessidade de encontrar sua outra "metade". Olhando especificamente para o *site ParPerfeito*, pode-se citar uma série de exemplos: um encaixe perfeito de quebra cabeça na forma de coração (*ParPerfeito, NamoroNaWeb*); símbolos de masculino e feminino destacados em vermelho do nome do *site* (*Conquista*); dois elos entrelaçados (*Combine*).

À primeira vista, os nomes dos *sites* chamam a atenção, sempre sugerindo a existência de uma complementaridade: *ParPerfeito, Metade Ideal*, *Cara Metade* ou *Almas Gêmeas*. As frases destacadas reforçam a importância do encontro de um par, aliando-se ao poder evocativo das imagens apresentadas: "Namoro, encontros, amizades ou um grande amor" (*ParPerfeito*); "Sozinho nunca mais!" (*Combine*); "Solteiros e Solteiras – Informações para

combater a solidão." (*Cara Metade*); "A vida a dois é duplamente melhor." (*Be2*); "Be2 leva você ao amor de sua vida" (*Be2*):

Figura 7 – Recorte de *home* do *site Be2*
Fonte: *http://www.be2.com.br*

As "Histórias de sucesso", item que pode também ser visualizado nas Figura 7 e 8, são enviadas por clientes satisfeitos que desejam compartilhar suas experiências positivas, correspondem a outro recurso de propaganda muito utilizado pelos *sites* em suas páginas principais. São histórias confirmadas por fotografias, provas concretas de que o amor existe, podendo contribuir para despertar o interesse de futuros clientes do *site.* Destaca-se como exemplo ilustrativo do conteúdo apresentado pelos *sites*, alguns títulos divulgados no *ParPerfeito* dessas "Histórias de Sucesso": "Amor perfeito!"; "Sonho realizado"; "Juntos para sempre!"; "Meu coração está completo!"; "Encontrei minha alma gêmea!"; "Feitos um para o outro"; "Conto de fadas na Internet"; "Foi amor à primeira vista..." entre outros.

Os *sites* usam com freqüência expressões como: "Seu par perfeito pode estar a um clique!" (*ParPerfeito*); "Quando o que importa é o amor." (*Match.com*); "No Be2 você encontra o amor verdadeiro." (*Be2*). O projeto gráfico dos *sites* parece, portanto, vender a sugestão do encontro com um parceiro ideal no mundo virtual, para juntos viverem um conto de fadas e serem felizes para sempre no mundo real *offline*. Desta forma, fica evidente que o amor romântico é usado como pano de fundo nas estratégias para atrair a atenção da clientela, público alvo destes *sites*.

Figura 8 – Recorte de *home* do *site Match.com*
Fonte: *http://www.br.match.com/*

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se a *Internet* como lugar alternativo para os relacionamentos amorosos, implicando em mudanças na subjetividade das pessoas, em sua forma de ser, pensar, sentir e agir no mundo, ampliando suas experiências de vida, afetando, consequentemente, suas crenças, valores e atitudes.

Percebe-se que na contemporaneidade há um investimento do *marketing* voltado para as emoções. O homem atual vivencia o aumento da velocidade das informações e mostra-se cada vez mais ausente fisicamente dos espaços urbanos, o que parece reforçar tal investimento. Como mostram GOBÉ (2002) e ISLEIDE (2002) em seus estudos, são várias as estratégias utilizadas com o intuito de criar um elo emocional entre o sujeito e a marca, estimulando o consumo de sensações que possam evocar prazer. Estas estratégias estão também presentes nos *sites* de relacionamento e, especificamente, no *ParPerfeito,* parecendo induzir seus usuários a cadastrarem-se objetivando experimentar as várias possibilidades de romance sugeridas. O amor romântico, constantemente evocado no *design*, é um exemplo de estratégia emocional, pois convida as pessoas a se apaixonarem, encontrarem seu "par perfeito" e serem "felizes para sempre".

A *Internet* funciona como uma ferramenta de busca e aproximação para as pessoas que desejam encontrar seu par. A "escolha" aparece como fator primordial para o sucesso do *site* procurado, de acordo com a pesquisa de RAMALHO (2005). O usuário possui as ferramentas oferecidas por este meio para realizar, ele próprio, suas buscas e escolhas diante

das inúmeras possibilidades apresentadas. Essas opções, no entanto, parecem ser direcionadas pelo *site* que, através do *design* exerce influência sobre o percurso do usuário a cada clique, até o alcance dos objetivos propostos por sua propaganda.

O presente estudo comparativo sobre estratégias de atração utilizadas no *design* dos *sites* de encontro é apenas uma pequena contribuição para as reflexões sobre este novo tipo de experiência amorosa. Ainda são necessárias mais pesquisas acerca destes *sites*, suas ferramentas e possibilidades interativas.

DESIGN IN DATING SITES: TRUE LOVE PROMISES, FAST, ANONYMOUS AND FREE

Abstract
This essay is part of a research that is being developed about loving attraction on the Internet. Dating sites are considered meeting places on the network, offering its users numerous interactive features to facilitate knowledge of potential loving partners. The present work intends to point out aspects of strategies used by websites to lure people. The design of the main pages and ads are a rich source of analysis material, reinforcing attractive messages that can contribute to the success of these sites with its clientele.

Keywords: *Design. Online dating sites. Relationship. Attraction. Marketing.*

Artigo recebido em 20/08/2011 e aceito para publicação em 30/09/2011

REFERÊNCIAS

ALMAS GÊMEAS COM MATCH.COM. Disponível em: http://match.terra.com.br/channel/index.aspx?trackingid=1048980Home/default.aspx. Acesso em: 2 nov. 2008.

AMOR À VISTA. Disponível em: http://www.amoravista.com.br/. Acesso em: 2 nov. 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

_____. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

BE2. Disponível em: http://www.be2.com.br/lib/session_expired.jsp. Acesso em: 2 nov. 2008.

CARA METADE. Disponível em: http://www.agenciadenamoro.com/. Acesso em: 2 nov. 2008.

CARPANEZ, Juliana. Unidos pela internet, casais comprovam sucesso do cupido virtual. In: **Globo.com**, G1, Dia dos Namorados, 12 jun. 2008. Disponível em: http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL597536-6174,00.html. Acesso em: 29 jun. 2008.

COMBINE (Portal IG). Disponível em: http://combine-ig.parperfeito.com.br/. Acesso em: 2 nov. 2008.

CONQUISTA (O Dia Online). Disponível em: http://conquista.parperfeito.com.br/empresa/tour_mensagem.jsp. Acesso em: 2 nov. 2008.

COOPER, A. Sexuality and the Internet: Surfing into the New Millenium. In: **CyberPsychology & Behavior**, v. 1, n. 2, 1998.

CORBISIER, Cláudia. Sorte, Muita Sorte. In: SAMPAIO, Alice. **Amor na internet** – quando o virtual cai na real. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2002, p. 115-118.

DIVINOAMOR. Disponível em: http://www.divinoamor.com.br/. Acesso em 5 mar. 2010.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FÉRES-CARNEIRO, Terezinha; ZIVIANI, Cilio. Conjugalidades contemporâneas: um estudo sobre os múltiplos arranjos amorosos da atualidade. In: FÉRES-CARNEIRO, Terezinha (Org.). **Casal e família**: permanências e rupturas. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2009, p. 83-107.

FORTIM, Ivelise; FARAH, Rosa Maria (Org.). **Relacionamentos na era digital**. São Paulo: Giz Editorial, 2007.

FORTIM, Ivelise. As relações amorosas via Internet; A Internet e a imaginação. In: FORTIM, Ivelise; FARAH, Rosa Maria (Org.). **Relacionamentos na era digital**. São Paulo: Giz Editorial, 2007, p.19-24; p.61-62.

FRANCE, Louise. Love at first site. In: **The observer,** Sunday, 30 June, 2002. Disponível em: http://www.guardian.co.uk/theobserver/2002/jun/30/features.magazine187. Acesso em: Jul. de 2008.

GENCONTROS. Disponível em: http://www.gencontros.com.br/. Acesso em: 5 mar. 2010.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.

GOBÉ, Marc. **A emoção das marcas:** conectando marcas às pessoas. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

HOFFMAN, Donald D. **Inteligência visual**: como criamos o que vemos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

ISLEIDE, Arruda Fontenelle. **O nome da marca**. Ed. Boitempo, 2002.

LACROIX, Michel. **O culto da Emoção**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2006.

LE BRETON, David. O corpo supranumerário do espaço cibernético; A sexualidade cibernética ou o erotismo sem corpo. In: **Adeus ao corpo**: Antropologia e sociedade. Campinas, SP: Papirus, 2003, p.141-161; p. 163-179.

MATCH.COM. Disponível em: http://www.br.match.com/. Acesso em: 2 nov. 2008.

MEETIC.COM. Disponível em: http://www.meetic.com/. Acesso em: 2 nov. 2008.

MERKLE, E. R. & RICHARDSON, R. A. Digital dating and virtual relating: Conceptualizing computer mediated romantic relationships. In: **Family relations**, 2000, v. 49, p. 187-192.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

METADE IDEAL. Disponível em: https://cadastro.uol.com.br/indexb.html?skin=mi2. Acesso em: 2 nov. 2008.

MEU DESEJO. Disponível em: http://www.meudesejo.com.br/landing_pages/v05/index.php?v=&from_site=google-international-brazilian_girls. Acesso em: 2 nov. 2008.

MINHA vida amorosa na Internet. In: **Época**: O amor nos tempos da internet, 21 set. 2009, p. 108-115.

NAMORO NA WEB (Globo.com). Disponível em: http://globo.parperfeito.com.br/adsearch/results/13_2_18-24_26.jsp?utm_medium=busca_interna&utm_campaign=busca_interna&utm_source=cob_globo&agerange=18-24&gender=2&cobrandedId=13&imageField.x=36&stateb=26&imageField.y=18&img=busca. Acesso em: 2 nov. 2008.

NAMORO X AMIZADE (Portal Terra). Disponível em: http://fuxico.parperfeito.com.br/servlet/NewRegistration. Acesso em: 2 nov. 2008.

NASCIMENTO, Carlize Regina Ogg. **Do amor em tempos de Internet**: Análise sociológica das relações amorosas mediadas pela tecnologia. Curitiba: UFPR, 2007. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Universidade Federal do Paraná. 2007.

NOLF, Andréa Jotta Ribeiro. Relação virtual longa amplia a idealização do outro. In: FORTIM, Ivelise; FARAH, Rosa Maria (Org.). **Relacionamentos na era digital.** São Paulo: Giz Editorial, 2007, p. 31-32.

PARPERFEITO (Yahoo!Encontros). Disponível em: http://yahoo.parperfeito.com.br. Acesso em: 4 jun. 2010.

PESQUISA aponta que 70% acreditam que dá para encontrar o amor pela internet. In: **Globo.com**, G1, Tecnologia, Vida Digital, 23 mar. 2009. Disponível em: http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,_MUL1054908-6174,00.html. Acesso em: 1 abr. 2009.

PINHEIRO, Daniela. Tecla comigo, vai - Por que milhões de brasileiros resolveram procurar um romance pela internet. In: **Revista Veja**, Edição 1778, 20 nov. 2002, p. 76-83.

RAMALHO, Erika Falcão. **Par perfeito**: um novo espaço virtual para a procura de parceiros amorosos. Dissertação de Mestrado em Psicologia Clínica. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica, 2005.

REMEMBER Online Dating? Jan. 23, 2009. Disponível em: http://www.emarketer.com/Article.aspx?id=1006880 Acesso em: 29 jan. 2009.

RUFFO, Luciana. Paixão na Rede; Sexo, traição e Internet. In: FORTIM, Ivelise e FARAH, Rosa Maria (Org.). **Relacionamentos na era digital**. São Paulo: Giz Editorial, 2007, p. 36-37; p.46-48.

SAMPAIO, Alice. **Amor na internet**: quando o virtual cai na real. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2002.

SOLOMON, Robert. **Love:** emotion, myth & metaphor. Buffalo, New York: Prometheus Books, 1990.

WHITTY, Monica Therese. Cyber-flirting – Playing at Love on the Internet. **Theory & Psychology**, SAGE Publications, vol. 13, n.3, p. 339-357.

ZACHARIAS, Juliana. Amor na era da Internet; Sexo na net: será que algo mudou? In: FORTIM, Ivelise; FARAH, Rosa Maria (Org.). **Relacionamentos na era digital**. São Paulo: Giz Editorial, 2007, p. 38-40; p.49-50.