

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Interações Mdiatizadas

Marcelle Gonçalves Primo

UM ESTUDO SEMIÓTICO DOS PERFIS NO TINDER

Belo Horizonte

2020

Marcelle Gonçalves Primo

UM ESTUDO SEMIÓTICO DOS PERFIS NO TINDER

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social — Interações Midiatizadas da PUC Minas, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Orientadora: Professora Dra. Maria Ângela Mattos

Área de concentração: Interações Midiatizadas

Linha de pesquisa: Processos Midiatizados de Interação Social

Belo Horizonte

2020

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

P953e Primo, Marcelle Gonçalves
Um estudo semiótico dos perfis no Tinder / Marcelle Gonçalves Primo.
Belo Horizonte, 2020.
110 f. : il.

Orientadora: Maria Ângela Mattos
Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social

1. Tinder (Computer program). 2. Semiótica - Estudos comparados. 3. Linguística. 4. Mídia social. 5. Companheiro conjugal - Escolha - Recursos de rede de computador. 6. Encontro (Costumes sociais) - Recursos de rede de computador. 7. Privacidade. I. Mattos, Maria Ângela. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. III. Título.

SIB PUC MINAS

CDU: 301.175.1

Ficha catalográfica elaborada por Fernanda Paim Brito - CRB 6/2999

Marcelle Gonçalves Primo

UM ESTUDO SEMIÓTICO DOS PERFIS NO TINDER

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social – Interações Miatizadas da PUC Minas, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Área de concentração: Interações Miatizadas

Linha de pesquisa: Processos Miatizados de Interação Social

Professora Dra. Maria Ângela Mattos – PUC Minas (Orientadora)

Professor Dr. Conrado Moreira Mendes – PUC Minas (Banca examinadora)

Professora Dra. Daniervelin Renata Marques Pereira – UFMG (Banca examinadora)

Belo Horizonte, 02 de março de 2020

Para a Marcelle criança, porque eu não me esqueci dos seus sonhos.

AGRADECIMENTOS

À CAPES, pela oportunidade de realizar a pesquisa e poder ser parte da formação científica do país: as ciências humanas somos nós mesmos, como indivíduos e como espécie, na tentativa de realizar algo que caiba na aventura de apaziguar as angústias de nos entendermos. Queremos saber, precisamos saber e procuramos desentranhar o saber em tempos obscuros e de muitas dúvidas quanto ao futuro.

Aos funcionários do PPGCOM PUC Minas: Bárbara e Camila pela cordialidade, a doçura e o empenho; Max, pelo carinho e a sugestão da tríade.

Aos meus colegas de sala que me fizeram crescer e rir: Carmem, Nanda, Karoliny, Lara, Mari, Maíra, Paulo, Polina e Wal: esse percurso não seria tão engraçado e tão melhor vivido se vocês estivessem ausentes. Muito obrigada pelo acolhimento, a companhia e a paciência.

*À minha querida orientadora doutora Dedéz por toda a atenção, carinho, cuidado e perseverança com as minhas lágrimas íntimas e as angústias acadêmicas: com você eu entendi, finalmente, o que é o comunicacional e que as interações são parte essencial da existência humana, a importância de tentar me comunicar melhor todos os dias e de não fugir do meu próprio ruído; assim, tenho que tentar de novo, e de novo e mais uma vez. Muito obrigada por tudo! Plantei muitos vasos de terra com várias espécies de juízo, estou criando vários! (Mas confesso que aquele livrinho da coleção **O que é** bem que poderia lançar um título em 40 volumes sobre o que é a midiatização!)*

Ao professor doutor Conrado Moreira Mendes que me inspira a ser uma semiótica e que me fez aceitar o desafio de gostar dos estudos de Algirdas Julien Greimas. Para quem chegou querendo saber de Peirce, agora penso em tatuar a corrente de Landowski no antebraço querendo correr muitos riscos de acidentes como esse de lhe encontrar!

À minha família, por todo o apoio, incentivo e compreensão. À minha tia-avó Zelinha, quem me criou e nutriu e não tinha esse dever pela obrigação do laço consanguíneo, muito obrigada por ter investido em mim o que você não pode fazer por si mesma enquanto você era jovem. Serei eternamente agradecida pela sua coragem e seu desejo fervente, que chega até a queimar, de cuidar de quem você ama. À minha mãe, Zilma, quem me deu à luz da vida mesmo sem saber da tarefa difícil que é criar uma filha. Obrigada, mãe, por me querer aqui no mundo. À minha avó Zu, por poder celebrar mais um fio que tecerá indagações e pensamentos depois de ter sido picado pela peçonha do conhecimento: não posso mais parar; eu não consigo mais parar.

Aos meus padrinhos, Gordinha e Ton por terem me feito escovar os dentes antes de dormir, brigarem comigo para eu ser alguém na vida e por não desistirem de mim mesmo quando eu era uma adolescente entristecida e sem vontade de viver, que se sentia arruinada por não ter atingido a excelência. Toda a paciência deu frutos. Eu lhes dou o meu maior fruto: não ter medo de ir adiante.

Ao meu Tio (Z) Igor, pela inspiração acadêmica.

Aos meus amigos de pelo, Antônio, Gordo e Rodolfo (in memoriam) por não se chatearem quando eu não pude brincar por mais tempo com o osso, a bolinha e realizar nossos truques da patinha.

Ao meu amigo Otávio Gaia por me incentivar a ser quem eu gostaria de ser e por não deixar de acreditar em mim: sem a sua confiança eu não seria nem metade do que eu consegui conquistar até aqui. E, também, pelos comentários ponderados das segundas-feiras.

À Renatinha Gibson, por me ensinar que o design é para ser bonito, e não um assassinato!

*À minha amiga Fernanda Marchi: porque sem você aquele autor russo não teria tanta (des)graça para nós duas rirmos de nós mesmas sendo personagens de uma obra tão bela e malograda chamada de **vida**.*

Ao autor russo, Tchêkhov; especialmente a esse homem: se eu tivesse nascido no século XIX eu seria sua namorada! É pela sua linguagem que eu me sustentei por muitos anos.

À todas as pessoas que me confiam uma parte da vida, da alma e do coração naquele tempo, naquele espaço entre o desespero e a esperança, do jeito que dá, lá na sala em que eu clinico como psicóloga experimental. Vocês me modificam também!

Ao Júlio Pinto, para os íntimos Dr. Pinto, responsável por meu apaixonamento erótico pela semiótica.

À Cristiana, por todo o percurso gerativo do meu encarrilhamento na vida, pela escuta, pelos precisados puxões de orelha, pela vontade, hum, desejo, de não desistir de mim: eu não errei! Eu fiz outro caminho! Eu me prometi que não deixaria nada passar, que eu só precisava de uma fresta entre uma porta fechada e o que me move: um pontinho de luz me era suficiente para eu ir longe. E eu vou! Você verá!

"[...] e sobretudo, essa solidão, a vida toda nessa solidão..."

(TCHÉKHOV, p. 21)

RESUMO

Este estudo investiga qual é o *éthos* do perfil do aplicativo *Tinder* com o exame do texto do perfil e seus significados por meio da metodologia da semiótica discursiva. O objetivo é categorizar, identificar e analisar as características das estratégias de persuasão dos enunciados de nove exemplares de perfis. Nos textos encontrados analisamos o plano de expressão e o plano de conteúdo quanto aos seus níveis: o nível discursivo e suas figurativizações; o nível narrativo e suas debruagens de pessoa, tempo e espaço, os sujeitos actantes, o percurso da manipulação e suas tipologias da provocação, intimidação, sedução e tentação e o nível fundamental e a oposição da categoria abstrata. Constatamos pela análise do *corpus* que a imagem que alguém faz de si para um outro indica como a organização de determinadas informações edita o universo de características estilísticas, financeiras, psicológicas, sociais e subjetivas de um usuário e o projeta na linguagem. Por fim, percebemos que a interação midiaticizada depende do *éthos conquistador* veiculado pelo *Tinder* na esfera da conquista amorosa: na manipulação, o enunciador vislumbra um enunciatário que partilhe o mesmo código de valores incutidos na projeção da autoimagem.

Palavras-chave: *Éthos*. Perfil. Semiótica discursiva. Textos sincréticos. *Tinder*.

ABSTRACT

This study investigates what is the ethos of the *Tinder* app profile with the examination of the profile text and its meanings by means of discursive semiotics methodology. The objective is to categorize, identify and analyze the characteristics of the persuasion strategies in the statements of nine *Tinder* profiles. In the texts found, we analyzed the expression plan and the content plan regarding its levels: the discursive level and its figurativizations; the narrative level and its *debrayage* of person, time and space, the acting subjects, the manipulation path and its typologies of provocation, intimidation, seduction and temptation and the fundamental level and its abstract category opposition. We verified by the analysis of the *corpus* that the image that someone makes of itself to another one indicates how the organization of certain information edits the universe of stylistic, financial, psychological, social and subjective characteristics of a user and projects it into the language. Finally, we realize that the mediatized interaction depends on the seductive ethos conveyed by *Tinder* in the sphere of loving conquest: in manipulation, the enunciator envisions an enunciatee who shares the same code of values instilled in the self-image projection.

Keywords: Ethos. Discursive semiotics. Profile. Syncretic texts. *Tinder*.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – As categorias da enunciação.....	52
Quadro 2 – Dados do perfil pesquisador.....	67
Quadro 3 – Categorias encontradas nos perfis.....	67
Quadro 4 – Máximas categóricas.....	69
Quadro 5 – Mínimas categóricas.....	70
Quadro 6 – Mínimas categóricas do gênero masculino.....	71
Quadro 7 – Mínimas categóricas do gênero feminino.....	71
Quadro 8 – Protocolo de análise.....	72

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Ferramentas de edição de informações pessoais para compor o perfil.....	30
Imagem 2 – Ferramentas de buscas do aplicativo e opções de buscas do perfil.....	32
Imagem 3 – Imagens disponíveis do perfil <i>Alien</i>	39
Imagem 4 – Imagens e descrição do perfil 20.....	75
Imagem 5 – Imagem do perfil 111.....	80
Imagem 6 – Imagens e descrição do perfil 70.....	83
Imagem 7 – Imagem do perfil 60.....	88
Imagem 8 – Imagem e descrição do perfil 17.....	90
Imagem 9 – Imagens e descrição do perfil 76.....	93
Imagem 10 – Imagens e descrição do perfil 39.....	98
Imagem 11 – Imagens do perfil 82.....	102
Imagem 12 – Imagem e descrição do perfil 110.....	105

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 TINDER NO CONTEXTO DAS INTERAÇÕES MUDIATIZADAS.....	19
2.1 Estado da arte.....	19
2.2 As regras de funcionamento do Tinder.....	28
2.3 Tinder e a constituição do <i>éthos</i>	35
3 O ENUNCIADO DE UM PERFIL.....	37
3.1 Conceitos fundamentais da semiótica discursiva	37
3.2 As debreagens e suas categorias.....	49
3.2.1 Pessoa.....	52
3.2.2 Tempo	53
3.2.3 Espaço	54
3.3 Actorialização e figurativização.....	56
3.4 Texto sincrético.....	59
4. METODOLOGIA.....	61
4.1 As especificidades do perfil do Tinder e os procedimentos de análise	61
4.2 <i>Corpus</i>	64
4.2.2 Protocolo de análise.....	72
5 ANÁLISES	74
5.1 A sorridente	74
5.2 A sucinta.....	79
5.3 O pesquisador	82
5.4 O carente.....	87
5.5 O casal e o adjetivo.....	89
5.6 O grupo de amigos	92
5.7 O camaleão.....	97
5.7.1 <i>A primeira versão</i>	97
5.7.2 <i>A segunda versão</i>	101
5.7.3 <i>A terceira versão</i>	104
6 CONVERGÊNCIAS.....	106
6.1 Recorrências dos <i>éthe</i> nos perfis de análise	106
6.2 Considerações finais.....	108
REFERÊNCIAS.....	109

1 INTRODUÇÃO

O *Tinder* é um aplicativo de estilo de vida e relacionamentos que foi lançado na segunda década do século XXI, no ano de 2013. Na procura pelo outro, o principal modo de operar a imagem de si no meio virtual é pela vitrine de perfis postos para a circulação. É por essa vitrine que os usuários se descrevem e buscam o que desejam encontrar em um par para se relacionar. Por conseguinte, o objetivo do aplicativo é o de aproximar e conectar pessoas que desejam interagir. E atua como um mediador, e facilitador, das possíveis conexões interpessoais afetivas e sexuais.

Nas variadas configurações dos processos de comunicação, há aquelas que não passam pela obrigatoriedade de ocupar o mesmo tempo e espaço simultâneos. Para as pessoas que querem se conhecer por meio de uma mediação digital, a distância geográfica entre os espaços que elas ocupam tornou-se um dado de menor importância. O aplicativo, com o uso da tecnologia de geolocalização em tempo real, supre o espaço físico dentro da rede virtual e possibilita que as pessoas interajam a partir do *match*¹. Após o *match* dentro da plataforma, teremos a interação *on-line* e midiaticizada. Fora da plataforma, caso os usuários desejem se encontrar pessoalmente e em comum acordo, teremos a interação *off-line*, face a face e atravessada, também, pela midiaticização.

A interação é parte do propósito da rede social e a empresa que produziu o aplicativo, a *Match Group*², apropriou-se da importância diminuta de ocupar o mesmo tempo e espaço para desenvolver serviços e produtos de encontros mediados por plataformas digitais. São produtos que realizam, independente do formato da mídia, cruzamento de dados de características físicas, psicológicas, financeiras, profissionais, habilidades e valores emocionais atrativos para um relacionamento a fim de combinar os usuários dispostos a formar um par. Dessa forma, o espaço do globo terrestre não é mais um empecilho e, quem sabe, torna-se um elemento vistoso pelo caráter desconhecido e exótico das práticas sociais das diversas culturas dos usuários à procura de alguém no espaço digital e suas interações.

Desde que as redes digitais nos empossaram de recursos para outras maneiras de interagir, sejam interações de consumo, foro pessoal ou busca por contato profissional, os espaços digitais tecidos são fontes de enunciados que simulam uma persona, um *eu* para ser

¹ *Match* é o termo utilizado pelos usuários para designar um encontro no ambiente digital após dois usuários terem se curtido mutuamente.

² Disponível em: <https://www.match.com>. Acesso em 03 de janeiro de 2020.

visto pelos outros. É necessário que um *eu* se faça presente a fim de interagir nesses espaços *on-line*, *off-line* e mediados, e é nesse *eu* que o texto da apresentação nas plataformas se baseia. De acordo com os termos de uso do meio e suas políticas de privacidade, o *eu* pode ser enunciado de modo simples e, também, de modo complexo quanto às linguagens utilizadas. O modo simples entendemos como o uso de apenas uma linguagem e o modo complexo como o uso de mais linguagens em um mesmo texto. Mais linguagens no mesmo texto resulta em enunciados sincréticos: que são os enunciados que possuem mais de uma linguagem que se relacionam quanto à forma e quanto ao conteúdo. Os enunciados vão além da superposição de várias linguagens em um único texto: são linguagens que se relacionam com outras linguagens e geram um todo de significação (MÉDOLA, 2009, p. 401). Isto posto, o *Tinder* é estudado dentro da perspectiva de concepção das interações mediados³. Que são as interações de referência baseadas nas lógicas das mídias na vida cotidiana. Diante disso, o *Tinder* é o meio portador dos textos sincréticos das representações e das imagens de um *eu* que carregam conteúdos simbólicos convocadores do interesse e da imaginação.

É a partir das marcas no enunciado, os rastros da enunciação, sendo o *eu* uma delas, que o primeiro contato entre usuários se estabelece. O processo comunicativo e as interações posteriores, sejam mediados ou não, dependem intrinsecamente do conteúdo e do *éthos* de cada sujeito veiculado nesse enunciado. Diríamos que a primeira impressão é a que fica e o perfil é o responsável por essa impressão nesse modo de interação.

No mundo das interações e das práticas sociais entre as pessoas inscritas na plataforma, existe uma interação dos sujeitos do texto que se dá por meio das brechas criadas na linguagem a partir dos recursos disponíveis dos instrumentos visuais dos *emojis*⁴, dos *emoticons*, da escrita verbal, da visualidade gestual das personas nas imagens e das paisagens de fundo. É por meio dessa linguagem sincrética que variadas maneiras e combinações

³ Interações mediados são as interações permeadas pelas lógicas da mídia que produzem modificações no tecido social. Mattos (2015, p. 44) explica, de acordo com o pensamento de José Luiz Braga, que as interações mediados são: “[...] processos mediados por dispositivos técnico-midiáticos ou localizados em ambientes presenciais (esses últimos, por serem afetados e alterados pela lógica de funcionamento da mediação) que instauram tipos e níveis distintos de interação, quais sejam: a sociedade interage a partir da mídia (conversação social sobre a mídia); a sociedade interage consigo mesma (conversação entre os atores no cotidiano da vida social); a pauta da conversação entre os atores sociais é apropriada, reapresentada e ressignificada pelos *media* (conversação social presente na mídia); a sociedade incorpora a lógica dos *media* nos seus processos de interação na vida cotidiana (conversação social mediados).” A partir desse esclarecimento conceitual, informamos que a abordagem do socioconstrutivismo é utilizada para compreender o fenômeno e que, como nos lembra Mattos (2015, p. 43), tal abordagem “[...]se interessa mais pelas práticas de comunicação cotidiana, incluindo suas interações tanto com a mídia digital quanto com a comunicação interpessoal.”

⁴ *Emojis* são símbolos coloridos que representam um referente e *emoticons* são ícones gráficos que representam as emoções humanas por recurso de caracteres textuais. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/web/86866-voce-sabe-diferenca-entre-emoticons-emojis.htm> Acesso em: 15 de agosto de 2019.

possibilitam aos usuários se descreverem e realizar uma organização da imagem de si que querem que o outro perceba. Como consequência do registro no aplicativo e da criação de um perfil é viabilizado o contato *on-line* que pode vir a se tornar interação face a face *off-line*. A partir do atravessamento entre o universo *on-line* para o universo *off-line*, estão em cena os sujeitos que agem projetados na linguagem sincrética do *Tinder* e, também, os usuários, os sujeitos reais com seus anseios, aspirações, expectativas, idealizações e subjetividades que fraturam e restabelecem os sentidos veiculados pela imagem, ou seja, o *éthos* do enunciador.

Consequentemente, os enunciados podem ser suficientemente convincentes ao ponto de confundir a questão entre as instâncias da intencionalidade do usuário e a intenção do texto. Para esse fim, estudar as marcas das enunciações é uma perspectiva de entender o que fica explícito e implícito nos perfis por meio da descrição da autoimagem que registra o *éthos* do enunciador. O ato da enunciação, que faz com que o sujeito de carne e osso sofra uma disjunção de seu corpo e do seu ser e seja projetado na linguagem, configura já não mais o ser inteiro que se apresenta no mundo natural. A partir da projeção lidamos com o ser que vive no mundo natural e seu reflexo instaurado no enunciado pela autoimagem. Dessa forma, quem convence o outro são os sujeitos da linguagem utilizados para persuadir geridos no texto. Por se tratar de *sujeitos de papel*, não importa se o que dizem é mentira ou verdade fatural, focamos em *como* eles dizem o que querem dizer sobre si no espaço destinado de edição de informações.

O *Tinder* é a plataforma que abriga o texto de apresentação e é exatamente esse texto o objeto de investigação que contém as marcas das enunciações. Focamos nos enunciados, nas marcas e no *éthos* e os exploramos para compreender a linguagem sincrética verbal e visual, e como se relacionam entre si para compor a descrição da autoimagem do ator do discurso.

É a partir da significação, do sentido e do percurso gerador que estão instalados no texto que a semiótica discursiva é trazida como fundamentação teórica e método de análise para o objeto investigado. Definido o método, iniciamos a coleta do *corpus* da pesquisa. No texto do perfil parte da vida natural é recortada, editada, e tipifica um universo próprio — uma busca para se representar e apresentar — transformado em percurso de significação que possui um objetivo; objetivo esse de persuadir e seduzir um outro. Como nos lembra Amossy (2008, p. 9): “Todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem para si.”, portanto, trata-se de um fragmento de vida editado e organizado, de cunho descritivo, que possui a finalidade de ser atraente para um outro que é, *a priori*, pressuposto. É o início da organização de informações que para se tornar atraente atribui características positivas ao sujeito enunciador a fim de conquistar a atenção de um outro previsto como enunciatário. Para executar a ação de ser atraente, algumas técnicas da linguagem e de efeito de sentido são aplicadas à representação da

autoimagem. São técnicas que inscrevem essas características positivas a um sujeito figurativizado, o ator do discurso, que está imbuído de imagens de um ser *real*, supostamente, detentor dessas características.

Nesse processo comunicacional o enunciatário é vislumbrado dentro do próprio texto, sendo esse enunciatário um sujeito que assume os contornos da idealização dadas pelo enunciador. Ou seja, o percurso do sentido do perfil já possui dois traços aos quais não será possível se desvencilhar: o primeiro deles é que o ser natural, o humano que vive e respira, não é presente, mas o ser cultural é, entendido como o ser da linguagem sincrética do *Tinder*; o segundo é que os atores do discurso têm impressões do tempo e dos acontecimentos da época vivida. Essas manifestações, que mesmo não inscritas diretamente na projeção do enunciado, são presentes no contexto, na forma, na época e no meio utilizado.

Desse modo, a inquietação ante ao *Tinder* inscreveu questões gradativamente mais relevantes às nossas indagações até chegarmos a nossa pergunta: *Qual é o ethos do perfil do aplicativo Tinder?*

O *Tinder* permite que os discursos veiculados sejam contemplados como uma das formas de compreender parte do seu universo. Para executar o exame das análises, tivemos que nos orientar dentro de uma gama de possibilidades até delinear que o texto deve ser interpretado à luz das relações estabelecidas por intermédio dos recursos do próprio texto.

Como metodologia de análise usamos a compreensão dos níveis da semiótica *standart*. Nesse modo de entender o sentido, são três níveis a serem contemplados das qualidades do texto. O nível discursivo, o mais superficial, que viabiliza o acesso à tematização e figurativização dos actantes do nível narrativo e das grandezas abstratas fundamentais na forma das figuras e atores do discurso. O nível narrativo que indica qual é o percurso da manipulação realizado pelos sujeitos actantes narrativos. Que são os sujeitos destinadores que desempenham funções sintáxicas de modulação das competências dos sujeitos destinatários. Dessa maneira, a oposição de base permanece atuando com as funções que os sujeitos desempenham e pelas quais pretendem atingir seus objetivos manipulativos para a veridicção persuasiva da conquista. Por fim, o nível fundamental, o mais profundo, no qual temos a oposição de base que configura duas grandezas abstratas que se relacionam por serem diametralmente opostas, como por exemplo, “vida” e “morte” ou “feminino” e “masculino”. Desse modo, os textos possuem uma linguagem própria que independe da vida e das características pessoais reais dos usuários. Não podemos inferir, dentro da perspectiva da semiótica discursiva, que o que está escrito é a intenção subjetiva do usuário, sujeito humano de carne e osso. O texto possui um percurso que gera sentido dentro de si mesmo, e em relação com outros textos, ao qual não se pode

depreender apenas o significado previsto pela intencionalidade do usuário. Apoiado no reconhecimento de que entre o sujeito humano e o sujeito textual existe a linguagem, o olhar metodológico utilizado é um salto dado entre duas pontas: do usuário ao sujeito textual figurativizado. Assumindo essa diferença, traçamos linhas convergentes entre o que é a apresentação de si, a autoimagem, a enunciação, o enunciado, o *éthos*, a linguagem, as representações e seus valores atribuídos.

Selecionamos 9 perfis para o *corpus* e os examinamos no nível discursivo e os seus atores, no nível narrativo e seus actantes e no nível fundamental e a sua oposição categorial de base. O objetivo geral é investigar como são realizadas as estratégias de manipulação dos possíveis pares interacionais por meio do texto. Ao investigar tais estratégias, queremos pesquisar os recursos verbais e visuais empregados pelos participantes para enunciar a autoimagem e assim identificar, categorizar e analisar as estratégias de persuasão destinadas aos seus sujeitos actantes. A partir dos resultados obtidos do *corpus* respondemos à pergunta e traçamos o *éthos* do perfil do *Tinder*.

Reiteramos que nossa maior questão, em se tratando do campo da comunicação, foi problematizar o *Tinder* para que não se limitasse ao aspecto da mídia ou que se baseasse em um estudo crítico de sociologia ou patologia sociológica das mídias. Passamos pelo questionamento sobre as apropriações das lógicas de funcionamento do meio e não nos limitamos apenas a essa forma de apropriação. Tivemos o cuidado de desentranhar o comunicacional do objeto e, também, não o resumir em uma simplicidade que extirparia o caráter complexo de sua inserção nas práticas sociais, na modificação da cultura e na participação da produção de sentido em vários grupos sociais distintos.

A dissertação está dividida em seis capítulos. O capítulo um, *Introdução*, é a apresentação da pesquisa realizada; o capítulo dois, *Tinder no contexto das interações midiáticas*, é a contextualização do *Tinder* como produto, suas regras de funcionamento, um diálogo com o estado da arte das pesquisas que já foram realizadas e quais são os aparatos que permitem a elaboração do *éthos* na plataforma; o capítulo três, *Enunciado de um perfil*, é a exposição dos conceitos fundamentais da semiótica discursiva que contém explicações dadas por meio do exemplo do perfil *Alien* e, logo em seguida, explicamos o que é um texto sincrético e como o *Tinder* funciona nessa condição; o capítulo quatro, *Metodologia*, apresenta a metodologia utilizada e a seleção do *corpus* da pesquisa; o capítulo cinco, *Análise dos perfis*, consiste na exposição das análises dos nove exemplares de perfil coletados; o capítulo seis, *Convergências*, traça o campo de convergência da composição de qual é o *éthos* do perfil do aplicativo e por fim elucida as considerações finais.

2 TINDER NO CONTEXTO DAS INTERAÇÕES MIDIATIZADAS

2.1 Estado da arte

No estado da arte dos estudos relacionados ao *Tinder* e seus perfis de apresentação, consultamos um trabalho apresentado em um encontro da área de Antropologia no qual a autora Santos (2016, p. 1) pesquisa “sobre a influência das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) na dinâmica das relações sociais contemporâneas”.

A discussão se inicia com um paralelo entre tecnologias e comportamentos da população brasileira em torno das relações afetivas. Em um primeiro momento a pesquisa se alinha com o que pretendemos examinar ao descrever uma aproximação entre as lógicas da mídia e suas apropriações na vida cotidiana quando afirma que: “No caso do *Tinder*, a estrutura lúdica assemelha-se a um catálogo eletrônico, no qual o nome, a idade e a/s foto/s do pretendente ganham destaque, sendo possível, ainda, a inserção de um texto de apresentação.” (SANTOS, 2016, p. 3). Depois a autora entra no campo dos modos de relação afetiva desde o período colonial até o século XXI e foge ao escopo do nosso recorte, mas conclui seu trabalho com a seguinte afirmação de que “Hoje essa ferramenta comunicacional [o *Tinder*] chama a atenção por influir no modo como seus usuários se comportam frente aos relacionamentos íntimos.” (SANTOS, 2016, p. 12). Essa afirmação indica que as lógicas das mídias influem nos comportamentos dos usuários e constituem um modo de interação midiaticizada.

Com uma escolha teórica distante da semiótica discursiva, o trabalho de Santos (2016) inaugura o exame de quais estudos já foram realizados em torno do *Tinder*.

Nas referências de Santos (2016) encontramos a pesquisa de Beleli (2015, p. 94) que procurou investigar quais são as correspondências entre o mundo *on-line* e *off-line* das plataformas de relacionamentos. Esses espaços digitais são plataformas nas quais: “A partir da observação do *continuum on/offline* (sic), pergunto em que medida as mediações tecnológicas reconfiguram as relações sociais.”. A busca de Beleli (2015, p. 94) aponta para o conceito de interação midiaticizada, mas sem citá-lo diretamente quando usa o termo “mediações tecnológicas”. Dessa forma, percebemos que a autora tem um projeto ao qual nos assemelhamos por não se fixar somente à mídia.

Beleli (2015, p. 95) relaciona como o uso de aparatos tecnológicos, como um celular *smartphone*, modifica a vida íntima na delimitação da vida de mulheres entre “[...] 35 e 49 anos,

que moram sozinhas em apartamentos alugados ou próprios na cidade de São Paulo.” (BELELI, 2015, p. 93) e que “[...] fizeram curso superior com ajuda familiar [...]”. Logo, Beleli (2016, p. 98) seleciona um grupo de mulheres com características sociais semelhantes e características físicas distintas nas entrevistas realizadas da análise qualitativa.

O contato com as usuárias da amostra foi, primeiramente, por meio do *site* de relacionamentos *Par Perfeito*, mas ao decorrer da averiguação o aplicativo *Tinder* “virou uma febre entre minhas entrevistadas.” (BELELI, 2015, p. 97) e a pesquisadora se viu diante da chance de explorar esse novo modo de sociabilidade. Posteriormente ao crescimento da rede de mulheres participantes, as entrevistas se deram tanto pela via *on-line* como pela *off-line*, e a autora explica que: “Além das entrevistas, interagi com essas mulheres de formas distintas – MSN, facebook (sic) e, menos sistematicamente, acompanhando-as a lugares tidos por elas como preferidos para “paquera”.” (BELELI, 2015, 99). Portanto, percebemos que a própria interação dos métodos de pesquisa se dava ora como uma interação mediada midiaticizada do tipo conversação social sobre a mídia, ora como interação face a face midiaticizada do tipo conversação social midiaticizada⁵. Dessa forma, Beleli (2015), assim como Santos (2016), possui poucas consonâncias teóricas com a semiótica discursiva.

O interesse da autora está concentrado no conceito de mediação e, portanto, a análise do perfil funciona como o aparato de uma das etapas para entender a sociabilidade e a interação das usuárias consigo mesmas. Sua fundamentação teórica transita por autores como Gilles Lipovetsky, Marshall McLuhan, Pierre Bourdieu e Zygmunt Bauman. Esse recorte dado ao objeto *Tinder* é mais sociológico e difere da nossa demanda.

No desenvolvimento da exposição teórica de Beleli (2015), encontramos dois aspectos que se aproximam com o desenho de compreensão que queremos investigar. O primeiro aspecto diz respeito ao todo da foto selecionada para ser apresentada no perfil. Sobre essa imagem, Beleli (2015, p. 103) esclarece que:

Num primeiro momento, a seleção é informada por uma ou mais fotos, o que pode ser pensado como um dado cujo principal atributo seria o que lhes parece belo ou não, mas a afinidade é mapeada também pelo contexto da foto, aquilo que aparece, por vezes um tanto desfocado, como pano de fundo (BELELI, 2015, p. 103).

Apesar de a autora estar comentando, após a inspeção das fotos dos perfis, como as mulheres usuárias do aplicativo encontram afinidade, temos o dado de que a foto e o pano de fundo que sustentam o sujeito focado são importantes para a leitura do perfil. Não se trata de

⁵ Os tipos de interação mencionados estão explicados na nota de rodapé 3 na página 14.

apurar somente as partes que formam o todo, mas as relações de significação do todo que estão presentes por intermédio do recurso de imagem.

O segundo aspecto é a centralidade, nas vidas das pessoas, das mudanças causadas pelas interações mediatizadas, como cita Beleli (2015, p.111):

Nas narrativas sobre autonomia, o celular — que permite o acesso a quaisquer pessoas em qualquer lugar e a qualquer momento — ganha centralidade não apenas como um facilitador em vários âmbitos da vida, mas é incorporado de tal forma que sua ausência provoca sentimentos de perda. Sons e vibrações, como parte do, e sentidos no, corpo, ganham existência e provocam ações (BELELI, 2015, p.111).

As modificações das relações dos seres humanos pela mediatização causam outros modos de ser e estados de existir. Tal constatação em Beleli (2015, p. 111) instiga-nos a pensar como as interações mediadas digitalmente interferem nos modos de interagir e em como a interação pode possuir caminhos que são traçados a partir do texto de descrição.

Foi com Pelúcio (2016, p. 311) que nos atinamos que “Construir um perfil para si em *sites* e/ou aplicativos para relacionamentos é um processo altamente racionalizado, independente de estarmos fazendo uma pesquisa.” (PELÚCIO, 2016, p. 311). Apesar de a pesquisadora não possuir o mesmo objeto que o nosso, o *Tinder*, seu estudo explora a mesma temática de como os perfis são arquitetados em aplicativos. No caso da pesquisa de Pelúcio (2016, p. 312), ela se filiou aos aplicativos *Adote um Cara* e *Happn* que são aplicativos concorrentes do *Tinder*.

Pelúcio (2016, p. 311) pergunta acerca dos aplicativos de relacionamentos amorosos e o planejamento racionalizado de perfis: “Como se anunciar da melhor forma? Como se diferenciar nos vastos catálogos em que estes sites e aplicativos se transformam? Como traduzir iconograficamente o melhor de si?”. Para Pelúcio (2016, p. 312), o trabalho com os perfis está à volta da formação de seu próprio perfil posto para o jogo interativo, o que a torna uma pesquisadora participante ativa na plataforma. Assim sendo, a constituição do seu perfil visa à interação *on-line* para o estudo etnográfico dos usuários homens registrados nas plataformas escolhidas. Em sua metodologia, a pesquisadora desempenhou um papel ativo de interação e, apoiada por seus parceiros *on-line*, recebeu dicas dos usuários de como se apresentar com maior eficácia para ser mais sedutora.

Pelúcio (2016, p. 312-313) relata em primeira pessoa a experiência de organizar o perfil:

Para compor os perfis nos aplicativos citados, escolhi cuidadosamente as fotos, selecionadas a partir de minucioso exercício reflexivo/imersivo por meio do qual avaliei como desejava me mostrar para os outros. Usei toda a possibilidade iconográfica que aqueles aplicativos me ofereceram. Valendo-me da mesma

linguagem publicitária, enxuta, quase slogans pessoais, acionadas pelos homens que se cadastram ali. Aprendo com eles. No disputado mercado dos afetos on-line somos incitadxs a constituir um “eu virtual” competitivo, o que implica em saber se diferenciar a partir da criatividade textual e de certa convencionalidade corporal, a fim de obter um número maior de admiradorxs e, assim, lograr nossos intuitos difusos (PELÚCIO, 2016, p. 312-313).

Em Pelúcio (2016, p. 314), notamos que seus objetivos estão voltados aos aspectos sociológicos do uso das mídias. A pesquisadora se interessa pelas subjetividades dos usuários e como eles expressam o gênero e a sexualidade, e explica que: “As mídias digitais têm nos ajudado a compreender os limites morais que operam no constrangimento da expressão de desejos e afetos que desafiam normas e convenções sociais.” (PELÚCIO, 2016, p. 314). Com essa afirmação tivemos uma primeira ideia sobre elementos de características opostas de caráter abstrato e fundamental, como, por exemplo, a natureza e a cultura, que veremos mais a frente no capítulo 3.

O trabalho de Pelúcio (2016, p. 323) foi atravessado por muitas dúvidas metodológicas ante ao fato de quais são os limites da pesquisadora e a participação das interações mediatizadas com os usuários. Em oposição à Pelúcio (2016, p. 319, nota de rodapé) que diz que as interações imprevistas com os usuários “pode gerar bons dados para a reflexão ético-metodológica”, entendemos que o contato com os usuários não nos é prolífico. Configura-se um excesso ante ao texto analisado no contexto do *Tinder*. O texto não requer que a pesquisa seja interativa diretamente com o usuário. O texto basta se o que queremos extrair para a análise está no conteúdo, ou seja, nas significações. Pelúcio (2016, p. 312), depois de ser orientada pelos usuários, realiza um perfil para si mesma, no qual, como ela cita, deixa determinados atributos à mostra, que são: o ambiente, o corpo inteiro, a maquiagem, os pés, as poses e entre outros. A ainda oferece “[...] um conjunto de fotos que torne possível ao interessado saber mais sobre meus hábitos (fazendo exercício físico), trabalhando com o notebook no colo, em algum lugar para onde viajei...” (PELÚCIO, 2016, p. 312, nota de rodapé). Percebemos que o perfil para a autora é um processo em andamento, tecido a partir da interação com outros usuários e não configura um texto pronto. Essa interação com os receptores da mensagem, os usuários do *Tinder*, diz mais respeito às modificações da mediatização nas práticas sociais que propriamente ao texto do perfil. Desta forma, uma parte da observação de Pelúcio (2016, p. 312) explora o perfil enquanto o fenômeno acontece durante as interações. A autora traz com esse recorte do universo das redes sociais um elemento coincidente com a nossa investigação: o *éthos*. O *éthos* de um sujeito que está sendo elaborado a fim de tornar a sua apresentação de perfil mais galante.

A validação da imagem e o *éthos* organizado no perfil gera reflexo na percepção dos usuários homens heterossexuais e na metodologia etnográfica que a autora utiliza. Para saber quais eram os reflexos e se esses reflexos produzidos estão diretamente relacionados com o caráter das masculinidades pesquisadas, Pelúcio (2016) integra o corpo de usuários e se comunica com eles assumindo a sua condição de pesquisadora. Os usuários homens retornam à pesquisadora como a enxergam, por recurso do enunciado do perfil, como ela destaca: “Dica que foi me dada por um dos meus colaboradores, quando me ensinou que deixar ver seu corpo (mesmo que vestido) por inteiro ajuda a criar interesse ou não (sic) a partir de elementos corporais considerados “reais”[...]”(PELÚCIO, 2016, p. 312, nota de rodapé). Os estratos de interação *on-line* cruzados pelos caracteres da pessoa real são utilizados para a reflexão realizada. Para nós, trataremos a pessoa real, a pessoa que aparece como responsável pelo perfil, como uma figurativização do nível discursivo que concretiza os níveis mais abstratos na análise do texto.

Pelúcio (2016, p. 328) indica os elementos do caminho constitutivo dos protocolos metodológicos usados na nossa discriminação e aponta que:

Nessas arenas digitais, o *sex appeal* (sic) torna-se moeda importante, potencializando os atributos de quem se anuncia nos aplicativos. Estas qualidades, muita (sic) vezes, procuram ser potencializada por meio de fotos que revelam paisagens valorizadas no mapa turístico global, locais de lazer prestigiados, bem como adesão a práticas de esportes radicais, ao consumo de bebidas e comidas que portariam valores simbólicos e financeiros que podem ser lidos como “bom gosto”. Anuncia-se, assim, cosmopolitismo, consumo de lugares e bens que passam a constituir uma aura do *glamour* a quem por ali esteve (PELÚCIO, 2016, p. 328, grifos da autora).

Tais indicativos não verbais, as qualidades de *sex appeal* e os valores simbólicos citados pela autora, são tratados como parte dos textos visuais dos enunciados do *corpus*, e são incluídos como categorias qualitativas de filtragem da amostra.

Enquanto Beleli (2015, p. 91) e Pelúcio (2016, p. 309) estudam quem e o que geram as modificações das práticas sociais como consequência do uso do aplicativo, Ward (2016, p. 1644) pesquisou a formação da autoapresentação e produção de perfil no aplicativo *Tinder* recorrendo a entrevistas com seus usuários. Apesar de ter um objeto e um problema que se assemelham ao nosso, o perfil e a enunciação, o recorte teórico não é o da linguagem, mas o da sociologia de Erving Goffman, e da psicologia e neurociência de Mark Richard Leary e Robin M. Kowalsky.

A autora avalia como os usuários se comportam na produção dos seus perfis a partir do gerenciamento de impressões causadas em outros usuários na interação *on-line* por meio do que

é visto no perfil. Ward (2016, p. 1647) diz que o aplicativo possui algumas distinções quando comparado a *sites* de relacionamento, são elas: “*deixas*”⁶ reduzidas e aumento de controle para criar os perfis, o que significa que a comunicação acrônica, a que não ocorre ao mesmo tempo, não permite que as *deixas* sejam percebidas como na interação face a face e o usuário tenha um controle maior sobre a sua autoapresentação. E a proximidade local com os pares de interação⁷ que é quando o aplicativo se baseia no mesmo espaço geográfico para formar pares a partir do processo de especificação mínima pelo qual os usuários escolhem as suas próprias definições de navegação com as quais poderá pré-selecionar *on-line* quais serão seus parceiros de interação *off-line* face a face.

À vista disso, percebemos que a nossa pesquisa, a de Pelúcio (2016) e a de Ward (2016) seguem caminhos de fundamentação teórica distintos, mas a metodologia utilizada tem o mesmo princípio: é necessário estar no ambiente do aplicativo para coletar material. Dessa maneira, a pesquisadora criou dois perfis, um de homem e um de mulher, com a logo da universidade da qual faz parte, a Erasmus Universiteit Rotterdam, e uma breve descrição: “Um grupo de pesquisadores da Universidade Erasmus de Roterdã procura por mulheres e homens para participar de um estudo sobre o Tinder. Se você estiver interessado envie um e-mail para a gente em: tinderstudy@eur.nl”⁸(WARD, 2016, p. 1649). Essa descrição é um modo de convocar os interessados para entrar em contato com os pesquisadores e realizar as entrevistas. No nosso caso, a metodologia possui variações: não temos necessidade de entrevistar os usuários, portanto, o perfil utilizado é um perfil participante oculto, uma imagem de uma tela preta, com o nome e a idade da pesquisadora. Atendendo ao objetivo do texto, não precisamos ser vistos e contatados para envio de entrevistas de quaisquer modalidades e a semelhança metodológica com Ward (2016, p.1648) restringe-se à participação na plataforma para coleta de exemplares da amostra.

Um dado que está presente no estudo de Ward (2016, p. 1651), assim como no de Pelúcio (2016, p. 312), é a experimentação com os perfis. Os perfis não são inertes: o usuário

⁶ Nessa passagem a autora utiliza o termo em inglês *cues* que deriva da metáfora teatral da teoria de Erving Goffman. *Cues* poderia ser traduzido como “pistas”, mas em português o termo “deixas” aplicado ao contexto do teatro é mais comum e utilizado. Vasconcellos (2010, p. 87) no verbete *Deixas*, explica que as “deixas” são: “qualquer indicação visual ou sonora que permite ao ATOR identificar o momento de entrar, falar ou agir em CENA. O tipo mais comum de deixa são as últimas palavras de cada FALA do DIÁLOGO. Ao memorizar as falas de seu personagem, o ator deve memorizar igualmente as deixas, ou seja, as palavras finais do personagem com quem contracenar. Usa-se o mesmo código para indicar os movimentos de luz, e de som ou as mudanças de CENÁRIO. (VASCONCELLOS, 2010, p. 87, grifos do autor).

⁷ O artigo é do ano de 2016, e o aplicativo, nesse período, não dispunha do mecanismo, pago, chamado de *Passaporte*, que dá direito ao acesso em outras localidades sem a necessidade da presença física do usuário.

⁸ A research team at Erasmus University Rotterdam seeks women and men to participate in a study about Tinder. If you are interested please email us at tinderstudy@eur.nl.⁸ (WARD, 2016, p. 1649) (Tradução nossa).

pode mudar a sua autoapresentação infinitas vezes como nos diz Ward (2016, p.1651) que “[...] os perfis do Tinder não são estáticos. Como outras plataformas de mídia social, é possível alterar fotos e textos e os entrevistados frequentemente aproveitam dessa oportunidade.”⁹ (WARD, 2016, p. 1651). Tal dado é um fato, mas a cada nova configuração do perfil quanto ao seu conteúdo, podem, ou não, modificar as estratégias de convocação ao enunciatário em relação ao enunciado anterior. Se o conteúdo modifica o *éthos*, temos como hipótese que os enunciatários planejados estejam de acordo com o *éthos* veiculado.

Um material que nos é curioso é a movimentação dos usuários em torno das *deixas*. Sobre as *deixas* diz Ward (2016, p. 1654) que:

Em um ambiente reduzido de *deixas*, os resultados nos mostram que os usuários do Tinder usam essas *deixas* mínimas para mostrar quem são, principalmente por via das fotos. Eles também aproveitam do ambiente controlado para conduzir experimentos de perfil para ver como as modificações em sua autoapresentação podem melhorar a aprovação pelos outros no aplicativo. As opções de perfil são contempladas e frequentemente alteradas, pois os usuários alteram seus perfis com o intuito de experimentar como as reações variam. (WARD, 2016, p.1654, grifo nosso).¹⁰

O que Ward (2016, p. 1654) explica, por meio da teoria sociológica, é o que a linguística e a semiótica discursiva entendem por *éthos* que é a imagem que o enunciador faz de si no discurso. Portanto, percebemos que por mais que se trate de um estudo de escolhas teóricas divergentes, há alguns pontos que tratam do mesmo fenômeno, porém, em outras perspectivas.

Perspectivas sociológicas em Ward (2016) vão ao encontro de Costantino (2018, p.18) que pesquisou como o gerenciamento de impressões dos usuários homens são recebidos por usuárias mulheres no que é assimilado como um processo narrativo de autoapresentação. O que a autora busca compreender são os contratos de concordância e ruptura que a legitimação dos receptores atribui à identidade creditada ao sujeito usuário por meio do perfil de apresentação. Costantino (2018, p. 41) utiliza, também, da teoria sociológica de Erving Goffman para fundamentar seus estudos. O conceito que norteia a compreensão do objeto é o *gerenciamento de impressão* aplicado ao ambiente *on-line*, considerando-se que no período de sua teorização, os anos 40 do século XX, o contexto era, exclusivamente, aplicado à interação face a face. Sua metodologia utilizada é a inspiração etnográfica da observação participante e entrevistas com

⁹ [...] Tinder profiles are not static. Like other social media platforms, changing photos and text is possible and interviewees often took advantage of this opportunity.”(WARD, 2016, p. 1651) (Tradução nossa).

¹⁰ In a reduced cue environment, results show that Tinder users use these minimal cues to show who they are, primarily via photos. They also take advantage of the controlled environment to conduct profile experiments to see how change to their self-presentation may improve their approval from others on the app. Profile choices are contemplated and often changed, as users alter their profiles in order to experiment with how reactions vary. (WARD, 2016, p.1654, tradução nossa).

os usuários (COSTANTINO, 2018, p. 55). Por isso, notamos que a perspectiva sociológica é a mais aplicada ao *Tinder* e que a metodologia de pesquisa é coincidente com Beleli (2015), Pelúcio (2016) e Ward (2016) quanto ao encontro, *on-line* ou *off-line*, do pesquisador com os usuários. Dessa forma, Costantino (2018) foca nos aspectos sociológicos e psicológicos do jogo de sedução na paquera.

Em suas considerações finais Costantino (2018, p. 114) diz que:

[...] a partir de trabalhos anteriores e da parte empírica desta própria dissertação, nota-se que a construção do próprio perfil é feita de forma estratégica, em um limiar entre corresponder aquilo que se acredita ser o verdadeiro *self* e uma auto-promoção. Essa promoção de si mesmo vai delinear não só a busca pelo *match*, já que os perfis na plataforma são julgados pelo olhar alheio na busca em conseguir a aprovação (ou o *like*, a partir das terminologias usadas para o próprio *Tinder*), mas também em conseguir que esse *match* venha estrategicamente do público com o qual se deseja corresponder, objetivando a aplicação de um filtro mais restrito no uso do programa (COSTANTINO, 2018, p.114, grifos da autora).

Percebemos que Costantino (2018, p. 114) tem sua preocupação explícita com o perfil à volta da intenção do usuário quanto ao gerenciamento de impressão. Não é mencionado o texto e sim quais são as motivações dos sujeitos ao redor do texto. Torna-se evidente que a compreensão das estratégias de convocação que são instruídas dentro do próprio texto, por meio do enunciador e do enunciatário, não são contempladas e evidenciam a carência de um estudo de olhar semiótico para esse tipo de texto nos aplicativos.

Vejamos que, diferente de Pelúcio (2016, p. 312) que recebeu dicas dos usuários para se caracterizar em seu perfil, Costantino (2018, p. 60) realiza observação participante e “entrevistas semiestruturadas” (COSTANTINO, 2018, p. 70) com as usuárias. A análise da intenção do sujeito usuário a fim de entender o discurso produzido é um processo repetido nas referências encontradas. Ao observar essa conduta em relação ao *Tinder*, constatamos e reafirmamos a necessidade de um estudo quanto ao texto e não quanto ao caráter exclusivo das interações sociais.

Por último, encontramos a fonte que mais se aproxima de nossos objetivos, metodologia e fundamentação teórica. É o estudo de abordagem semiótica dos perfis de algumas plataformas de redes sociais digitais de Silva (2013). A tese de doutorado de Silva (2013) analisa no âmbito semiótico discursivo perfis autobiográficos *on-line*.

Silva (2013, p. 16) explicita que seu objeto de pesquisa possui quatro mídias para a busca do *corpus*: são as plataformas de redes sociais digitais *Facebook*, *MySpace*, *Sonico* e

Twitter. A partir dessa escolha a autora pesquisa as narrativas autobiográficas dos perfis sob o arcabouço teórico da semiótica discursiva e os regimes de interação e sentido sociossemióticos de Eric Landowski.

Sobre a metodologia utilizada, diz Silva (2013, p.18) que “[...] propõe uma desmontagem estrutural da composição narrativa dos perfis em suas determinações sintáticas e semânticas, examinando as relações actanciais e modais desenvolvidas em torno dos percursos de busca pelo existir na visibilidade e em interação”. Nessa vertente guardamos certas similaridades com o percurso metodológico seguido por Silva (2013, p.18-19): também faremos a decomposição estrutural dos perfis selecionados a partir do percurso sintático e semântico (SILVA, 2013, p. 19), mas não entraremos no campo da manifestação da visibilidade social nem da interação sociossemiótica.

Diferente de Silva (2013, p. 70-102), o nosso estudo do texto do *Tinder* ocorre tão somente dentro da plataforma: é o percurso da manipulação nos enunciados nos quais transcorre a captura dos sujeitos do texto e seus parceiros idealizados e *projetados* nos actantes.

Queremos conhecer *como* os usuários, homens e mulheres participantes do *Tinder*, perspectivam suas formas de interação com suas possíveis parcerias por meio de *debreagens* no enunciado, convocação dos sujeitos e modos de persuasão.

Na enunciação existe um sujeito enunciatário idealizado que pode ser delineado segundo a forma e o conteúdo sobre o dizer de si no *éthos* do enunciador do discurso. No enunciado, é possível que encontremos a presença de um sujeito-modelo, minimamente adequado, a se sujeitar aos propósitos expressos por artifício dos contratos fiduciários e da persuasão manipulativa. Trata-se de uma pesquisa que busca interpretar ao mesmo tempo e, de forma articulada, como os encadeamentos da percepção da autoimagem tornam-se modos de narrar e seduzir¹¹ pelo texto.

É a busca para elucidar as narrações nas quais estão atribuídos sentidos e valores às formas de apresentação mediante as estratégias, os contratos de veridicção e, como citados por Barros (2001, p. 38), as manipulações entre os sujeitos categorizadas como manipulação por provocação, intimidação, sedução e tentação.

Nesses textos os discursos não têm um direcionamento semântico exclusivo e único como somos tentados a acreditar. É o fazer da decomposição dos mecanismos de realização

¹¹ Seduzir, verbo transitivo e intransitivo: ação de influir sobre a imaginação; atrair, cativar, deslumbrar, fascinar. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/seduzir%20/>. Acesso em 17 de dezembro de 2019.

textual, como, por exemplo, as *debreagens*, pelos quais constatamos como os efeitos de sentido produzem as representações das sensações da vida humana e convidam um outro a ser seduzido.

O que está descrito na apresentação de si dos perfis, sejam os textos verbais, sejam os textos visuais, possuem relação direta e indireta com o entorno do que se vive em sociedade. Os textos expressa ideologias e recursos que são próprios do tempo no qual são inscritos, ou referencializam outros textos da mesma época. A mensagem do texto é a parte visível do discurso, o nível discursivo, o nível mais superficial, que apara os conteúdos manifestados em camadas mais complexas quanto à tematização e à figurativização dos actantes narrativos. Os vestígios encontrados no discurso levam o analista a pistas que podem ser entendidas como o percurso do discurso: é a procura de como aquele discurso foi realizado desde a sua fundamentação mais abstrata. O que melhor define o que estamos pesquisando são os modos de persuadir por meio de um texto veiculado no *Tinder*. Desse modo, as referências nos deram horizontes aos quais nos apoiar para explorar o recorte do nosso objeto à nossa maneira.

2.2 As regras de funcionamento do Tinder

O aplicativo *Tinder* foi criado pela empresa estadunidense *Match Group* no ano de 2012. É uma companhia pioneira na área de relacionamentos *on-line* que atua no mercado há mais de 20 anos com *sites* de encontros (MATCH GROUP, 2019). Atingiu, com o *Tinder*, outro patamar de extensão ao habilitar o aplicativo para encontros e relacionamentos em mais de 110 países.

O aplicativo foi lançado como produto em 2013, e em 2019 possui alcance de escala global. De acordo com a descrição em sua página oficial a empresa cria “[...] produtos que juntam as pessoas”¹². (MATCH GROUP, 2019, tradução nossa.).

Sobre o *Tinder*, o *Match Group* (2019) afirma que:

Lançado em 2012, *Tinder* é o principal aplicativo social do mundo para conhecer novas pessoas. Com este alcance global, pessoas em mais de 190 países ao redor do planeta estão deslizando a tela para a direita para se conectar com outras, tornando-se um dos dez aplicativos de estilo de vida mais utilizado em mais de 110 países. Em 2015, a empresa introduziu o *Tinder Plus*, que oferece acesso aos seus usuários a recursos premium, *Voltar e Passaporte*. A cada dia, 1,6 bilhões de matches são feitos no *Tinder* com mais de 20 bilhões de matches até o momento.¹³ (MATCH GROUP, 2019a, tradução nossa.)

¹² *We build products that bring people together.*

¹³ *Launched in 2012, Tinder is the world's leading social app for meeting new people. With its global reach, people in more than 190 countries around the world are swiping right to connect with others, making it a top 10 lifestyle app in more than 110 countries. In 2015, the company introduced Tinder Plus, giving users access to premium features, Rewind and Passport. Each day, 1.6 billion matches are made on Tinder with more than 20 billion*

A empresa possui outros produtos virtuais de encontros, namoros e relacionamentos, como o *OurTime.com*, um *website* que se destina a usuários solteiros com mais de 50 anos e o *LoveScout24* a plataforma tida como escolha número um de usuários da Alemanha, que pode ser utilizada em variados formatos, seja no computador, em *SmartWatch* ou no *tablet*. O *Tinder*, porém, foi a reinvenção da categoria de aplicativos de relacionamento do grupo e se tornou mundialmente o produto mais rentável e o aplicativo de encontros número um em quantidade de *downloads*¹⁴.

O *Tinder* se destina a proporcionar aos seus clientes encontros, interação *on-line/off-line* e relacionamentos amorosos e/ou sexuais. Os usuários e as usuárias, mediados pela plataforma, criam uma conta para serem identificados e logo em seguida podem editar um perfil de apresentação para circular no ambiente digital. A interação *on-line* ocorre com um encontro, o *match*, entre dois participantes. Para aqueles que se curtiram mutuamente, por meio do botão de curtidas ou do deslize da tela para a direita, uma janela de conversa, o *chat*, abre após o processo de dupla confirmação.

Sobre o funcionamento do aplicativo, a empresa explica o desenvolvimento das ações executadas:

Deslize. Dê um Match. Converse. Encontre. É muito fácil e divertido usar o Tinder: deslize para direita se curtir alguém ou para esquerda se não estiver interessado. Se alguém curtir você de volta, deu Match! Criamos o processo de dupla confirmação, por isso, o Match só acontece quando há interesse mútuo. Sem estresse. Sem rejeição. É só deslizar, dar um Match e conversar online com seus Matches. Depois, que tal deixar seu telefone de lado e conhecer pessoas na vida real para dar início a algo novo. (TINDER, 2019b)¹⁵.

Para ter a chance de dar um *match* com alguém é preciso ter no mínimo 18 anos de idade; registrar-se na plataforma com *e-mail* e uma senha criada para ter acesso a uma conta no *Tinder* ou fazer o *login* com o perfil da rede social *Facebook*; ou usar o próprio número de telefone que será validado por um código de números, individual e único, enviado por mensagem de texto ao número de telefone registrado.

matches made to date. (MATCH GROUP, 2019a) Disponível em: <https://www.iac.com/brand/tinder> Acesso em 03 de janeiro de 2020.

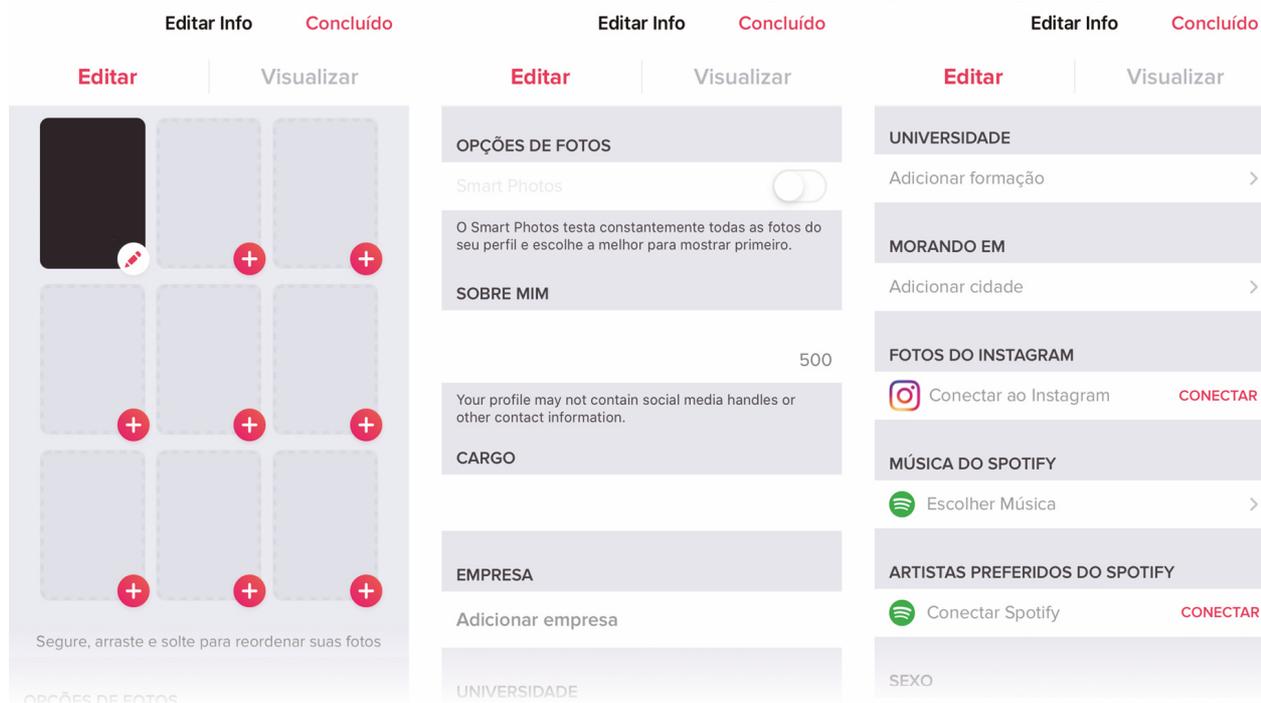
¹⁴Tradução nossa da expressão: *Tinder is the highest grossing dating app worldwide*. Disponível em: https://s22.q4cdn.com/279430125/files/doc_presentations/2019/11/Match-Group-Business-Overview_November-2019.pdf Acesso em 03 de janeiro de 2020.

¹⁵ Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/115004647686-O-que-é-o-Tinder-> Acesso em 03 de janeiro de 2020.

Após o registro e ao estar *logado* em sua conta, o usuário tem ferramentas disponíveis que o permitem escolher suas preferências pessoais de busca. Uma delas, o raio de distância, de no máximo 160 Km na versão gratuita, torna possível ao perfil da conta ser visto e ver os perfis de outros usuários/usuárias e procurar pelos seus interesses nos possíveis parceiros. As versões *premium*, como veremos adiante, possibilitam recursos mais abrangentes quanto a buscas e modos de interação. O *Passaporte*, por exemplo, abrange a busca em qualquer posição do globo terrestre. Não é mais necessário estar preso ao raio de distância local.

As ferramentas de edição de informações se encontram na página inicial de administração como visto abaixo:

Imagem 1 – Ferramentas de edição de informações pessoais para compor o perfil



Fonte: Tinder (2019).

Após finalizar o preenchimento de informações básicas para iniciar o uso, é possível fazer compras dentro do aplicativo, para isso o aplicativo possui três versões: *Tinder* gratuito, *Tinder Plus* e o *Tinder Gold* (Tinder, 2019a).

Todas essas versões disponíveis possuem recursos mínimos que possibilitam o usuário/usuária ter um perfil básico. A edição de informações pessoais permite disponibilizar

quais dados ficam disponíveis à leitura dos outros participantes: os atributos profissionais, a descrição pessoal, além de nove espaços para disponibilizar imagens¹⁶.

Nesse perfil são disponibilizadas informações sobre a identificação, como nome, sobrenome e idade, um campo próprio para ser preenchido com até nove imagens, um campo destinado para uma descrição verbal e simbólica de até 500 caracteres, campo para adicionar a formação profissional, outro campo para evidenciar a empresa na qual trabalha e as instituições pelas quais tenha se graduado e o campo de recurso para se conectar às contas do *Instagram* e do *Spotify*.

No ícone de ferramentas da seção de Configurações é possível comprar outros recursos do aplicativo. Os quatro recursos disponíveis para compra na versão 10.16.0 de 30 de junho de 2019 são:

- a) *Boosts*¹⁷ em pacotes de 1, 5 ou 10 usos;
- b) *Super Likes*¹⁸ em pacotes que variam entre 5, 25 e 60 usos;
- c) *Tinder Plus* que é um serviço exclusivo semelhante ao *Tinder Gold*, porém, um pacote menor que pode ser comprado por um mês, seis meses ou doze meses, que oferece o artifício do *Passaporte* para se conectar com pessoas em qualquer lugar do mundo; o controle de visualização da idade, que pode ser escolhida sem correspondência com a idade do registro de nascimento; o controle do valor numérico da distância visível aos outros usuários e também a possibilidade de visualização por outros participantes; o controle de ser visto apenas pelos usuários os quais recebem a sua curtida; *Voltar*¹⁹ ilimitados, um *Boost* de graça ao mês, curtidas ilimitadas, cinco *Super Likes* ao dia e desligar os anúncios oferecidos durante o uso;

¹⁶ Lembramos que ao longo da pesquisa o aplicativo foi atualizado em algumas versões, o que nos fez questionar se os textos manteriam suas características de uma versão para a outra. Na versão 10.16.0 há o aporte para a adição de vídeos em *loop*. Recurso que não estava disponível até a versão 10.0.03. Solucionamos esta questão ao assumir que a análise semiótica do texto sincrético comporta linguagens em relação, portanto, um vídeo, caso seja encontrado no *corpus*, pois será tido como linguagem em relação ao todo do texto de perfil do aplicativo *Tinder*.

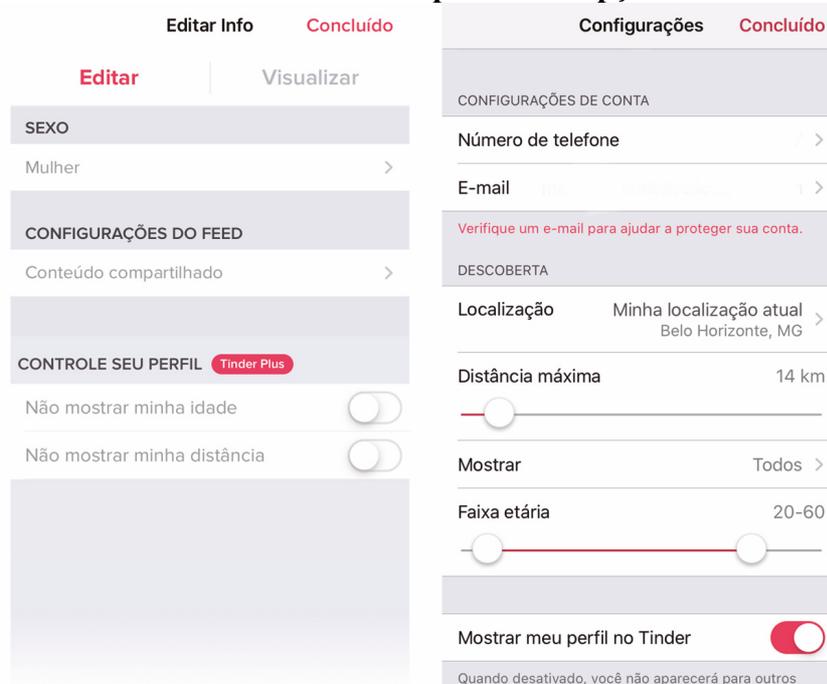
¹⁷ O *Boost* é a ferramenta do aplicativo para que o perfil seja o mais visualizado por outros usuários durante um período de 30 minutos na área de localização na qual esteja sitiado. Possui como finalidade adquirir mais curtidas e assim aumentar a chance de *matches*. (TINDER, 2019)

¹⁸ *Super Like* é um aditivo, pago, assim como o *Boost*, que aumenta, em três vezes a chance do usuário cadastrado de dar um *match* com um perfil no qual apenas a curtida não poderia ser suficiente. O *Super Like* funciona como uma curtida de alcance maior, ou seja, o usuário/usuária que o recebe consegue visualizar que o recebeu e assim aumentam as chances de quem o enviou de ser correspondido. (TINDER, 2019)

¹⁹ *Voltar* é a tradução do termo em inglês *Rewind*, que em tradução livre para o português é o verbo da ação de rebobinar, ou enrolar novamente a bobina. Foi um termo utilizado quanto ao uso da fita de *VHS*. *VHS* é a tecnologia de gravação e reprodução de vídeo de uso doméstico usada até meados dos anos 2000, quando teve início a comercialização do *DVD*. Transposta para a realidade do *Tinder*, o *Rewind* é a expressão usada para designar a ação de desfazer uma deslizada para a esquerda ou o aperto do botão vermelho com o símbolo de um X que indica que o perfil não foi curtido, por erro ou distração, e que não foi deslizado para a direita. É a segunda chance de aproximação com um perfil atraente.

- d) *Tinder Gold*, que se classifica como a modalidade *premium*, oferece ao usuário/usuária a oportunidade de saber quais são os outros usuários que lhe deram uma curtida e se conectar instantaneamente com eles; os chamados *Top Picks*, que é a possibilidade de saber quais são os outros usuários que deram curtida no perfil e quais aqueles que configuram a melhor escolha de acordo com o algoritmo; um *Passaporte* para o uso do aplicativo em qualquer lugar do mundo; a possibilidade de limitar que outros usuários não vejam qual é a idade e a localização do perfil; exclusividade de poder ter o perfil visualizado apenas pelas pessoas as quais o usuário tenha curtido; *Voltar* ilimitados, um *Boost* de graça ao mês, curtidas ilimitadas, cinco *Super Likes* ao dia e desligar os anúncios oferecidos durante o uso.

Imagem 2 – Ferramentas de buscas do aplicativo e opções de busca do perfil



Fonte: Tinder (2019).

Além da compra de outros produtos dentro do próprio aplicativo, é nessa seção que o usuário escolhe qual é a sua localização inicial, qual é a distância máxima à qual quer se submeter ao ser localizado e localizar outros perfis. O intervalo permitido está entre os limites mínimos de 1 Km e máximo de 160 Km. Pode se escolher quais ou qual gênero quer localizar (homens, mulheres ou homens e mulheres) e a faixa etária de perfis identificados, sendo a idade mínima de 18 anos e a máxima de 100 anos ou mais.

Ainda nessa seção é possível fazer a escolha de habilitar ou desabilitar outras funções como o recebimento de notificações; mostrar o perfil na plataforma para outros usuários ou ser

ocultado por período de tempo determinado de acordo com a vontade própria; ser mostrado nos *Top Picks*, que são os perfis mais bem cotados na procura; habilitar-se no *Swipe Surge* que é um impulsionador de possibilidades de encontros em áreas de grande concentração de atividade, como festivais, jogos esportivos e eventos; e habilitar os conteúdos compartilhados de outras plataformas como o *Instagram* e *Spotify*.

No ícone de edição de informações que aparecerem no perfil da versão 10.16.0, são possíveis os seguintes recursos:

- a) Disponibilizar até nove imagens por perfil;
- b) um selecionador estatístico, o *Smart Photos*, que faz a seleção de qual imagem será mostrada primeiro depois da realização de testes com todas as imagens disponíveis. O *Smart Photos* sorteia qual imagem será a primeira a ser visualizada por outros usuários. A imagem que receber maior número de visualizações e mais curtidas será indicada para permanecer como a primeira imagem a ser mostrada;
- c) o campo *Sobre mim*, para se descrever com textos de no máximo 500 caracteres;
- d) o campo *Profissão*, para descrever qual é a função ou cargo de trabalho ocupado;
- e) o campo *Empresa*, que mostra o nome da empresa, cargo e/ou função desempenhados no trabalho;
- f) o campo *Escola*, para esclarecer em qual instituição estuda ou estudou através do banco de dados de nomes que já estão registrados ou registrar uma nova opção;
- g) adicionar, ao campo *Living In*, qual é a cidade na qual o usuário esteja localizado geograficamente no mundo; esse campo possui a possibilidade de ser ocultado dos outros usuários quando usado nas modalidades pagas;
- h) conectar-se à conta de outras plataformas por *hiperlink*, pelo qual é possível abrir um *link* direto dos aplicativos *Instagram* e/ou *Spotify* e seus conteúdos;
- i) escolher com qual gênero²⁰ se identifica (homem ou mulher) e pelo qual será mostrado aos outros usuários;
- j) habilitar ou desabilitar a função de compartilhar os conteúdos do perfil. De acordo com a própria plataforma, compartilhar os conteúdos aumentam as chances de

²⁰ No ano de 2016, o aplicativo aumentou o leque de opções de descrição da identidade de gênero aos usuários, antes restritos a homem e mulher. Este recurso, de acordo com a nota enviada a imprensa, não está disponível no Brasil. Disponível em: <https://blog.gotinder.com/genders/>. Acesso em 16 de agosto de 2019. Para os usuários brasileiros, o aplicativo possui a seguinte modalidade: “Ao tocar em **Eu sou** e selecionar **Mais**, você pode digitar uma palavra que descreva sua identidade de gênero. Você tem a opção de mostrar o gênero no seu Perfil. Mas também pode escolher exibi-lo em buscas que reflitam melhor sua identidade.” (TINDER, 2019b, grifo do autor). Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/115003339043-Como-fa%C3%A7o-para-editar-meu-Perfil->. Acesso em 16 de agosto de 2019.

receber visualizações que sejam convertidas em uma curtida e aumenta as chances de receber uma mensagem;

- k) por último, é possível ativar ou desativar o controle de idade e distância mostrados aos outros usuários, porém, apenas os usuários assinantes dos serviços *Plus* e *Gold* têm acesso a essas duas últimas categorias.

Esses são os recursos que os usuários dispõem para fazer uso da plataforma. Recursos que ao mesmo tempo limitam o formato da interação, mas, também, possibilitam que o usuário seja criativo com o que está ao seu alcance. Nesse espaço destinado para editar as informações, os usuários realizam seleções de quais informações sobre si serão disponibilizadas para se descrever. Nesse processo seletivo, o crivo do que será mostrado e do que será ocultado já é parte de todo o desenho da enunciação e da configuração do *éthos*. A imagem cativante de si é um elemento que precisa ser caracterizado para cada perfil além do propósito da paquera *online* e não é possível generalizar para todos eles o que é positivo. Cada aspecto discursivo produz modos de maquinar a manipulação do sujeito enunciador²¹ sejam nas fotos que o apresente, na escolha das imagens que o representa ou em palavras e recortes de outros textos. Essas escolhas remetem à autoimagem que o usuário averigua, avalia e textualiza sobre si com valores semânticos para compor o texto que deixa de ser apenas a própria percepção e se torna um modo de expressão na linguagem.

Baseado no conhecimento desses recursos de apresentação que estão disponíveis pelo fabricante do *Tinder*, tivemos algumas percepções que nos levam a querer pesquisá-lo para além de seu estatuto como mídia. Pareceu-nos mais prolífico o campo das linguagens, sentidos e da significação em razão do usuário possuir autonomia para se inserir nesse espaço e tentar comunicar e interagir. Sua linguagem, suas formas de inculcar sentido em si mesmo e nos outros expande a interação midiaticizada a outros campos da vida social.

Percebemos, que se existe a incerteza no espaço dos sentidos, há uma *regularidade*, nas regras de funcionamento básicas e vitais de uso do aplicativo. Para que ocorram os processos comunicacionais, são dadas, pela ferramenta, um conjunto de condições e regras de participação pelo registro de uso no ambiente digital, como os termos da política de privacidade e as políticas de proibição de conteúdo sexual infantil. A modificação e o aprimoramento dos *softwares* feitas pelo fabricante, a partir dos relatórios de uso e os *feedbacks*, culminam no atendimento às demandas dos clientes que precisam da estabilidade do produto: a empresa está atenta às exigências de seus usuários e aperfeiçoa seu programa. Atualizações do aplicativo ocorrem a

²¹ Os termos conceituais da semiótica discursiva serão expostos com maior clareza no capítulo 3.

partir do uso e desuso do que é ofertado. Os serviços eficazes, como o *Super Like*, permanecem e os que não causam o efeito esperado, como a criação de um selo de verificação da altura²², são eliminados do aplicativo.

Dessa forma, o *Tinder*, enquanto fonte de interação e produção de sentido, não se limita às interações regulares e previstas nos manuais de uso e conduta. A criatividade dos usuários e as práticas sociais circulantes dentro do meio modificam o *status* do perfil de apresentação de estático para um tecido vivo e mutante. Assim sendo, lidamos com um objeto de investigação variante em uma plataforma que regulamenta a conduta, tal dado indica duas possibilidades: a primeira de que o *éthos* também varie e flutue de acordo com o bel prazer do usuário e a segunda de que o *éthos* não sofra variações por se manter sempre como um *éthos* de um sujeito que visa à sedução.

2.3 *Tinder* e a constituição do *éthos*

Durante o processo de comunicação no *Tinder*, um produtor envia uma mensagem a um receptor, esses são procedimentos mínimos esperados da comunicação. O ato de se comunicar e interagir, além do aspecto transmissivo e funcional da informação, pressupõe a abertura aos processos de assimilação simbólicos dos sujeitos interacionais. Explicamos: os sujeitos produzem sentido e os significados ou são continuados ou fraturados de seu sentido previsto.

Quando nos comunicamos, e assimilamos os conteúdos de sentido, usamos de representações para enunciar as ideias. No *Tinder*, a ideia de autoimagem são as percepções relacionadas a si mesmo que um sujeito faz na condição de sujeito reflexivo quando se representa no perfil.

Os enunciados são a reunião discursiva entre plano de conteúdo e plano de expressão. Sendo os perfis do *Tinder* enunciados, temos temas e figuras estrategicamente usados para operar manipulando os sujeitos. Manipular, em linguagem cotidiana, é o modo de concatenar fatos, ideias e percepções. Desse modo, o *éthos* da plataforma é a imagem de um sujeito em um discurso no qual se valoriza com o propósito de atrair um outro.

Citemos o conceito de *éthos* para Aristóteles, na obra *Retórica*:

²² Em uma brincadeira de primeiro de abril, dia da mentira, o *Tinder* fez uma postagem na qual anunciava o SVA, o Selo Verificador de Altura. Após a recepção da postagem e do recurso novo, um artigo explicativo foi veiculado no qual explicitou que a verificação de altura era apenas uma maneira, descontraída, de dizer sobre um assunto caro: a honestidade em relação a altura descrita nos perfis. A empresa se posiciona encorajando seus usuários a não mentirem sobre sua estatura mediana e reiteram que os *matches* mais inesperados podem ser os que proporcionam experiências mais incríveis. Disponível em: <https://blog.gotinder.com/introducing-height-verification/>. Acesso em 16 de agosto de 2019.

É o *éthos* (caráter) que leva à persuasão, quando o discurso é organizado de tal maneira que o orador inspira confiança. Confiamos sem dificuldade e mais prontamente nos homens de bem, em todas as questões, mas confiamos neles, de maneira absoluta, nas questões confusas ou que se prestam a equívocos. No entanto, é preciso que essa confiança seja resultado da força do discurso e não de uma prevenção favorável ao orador (I, 1356a apud FIORIN, 2012, p. 139).

Portanto, é o caráter bem visto do enunciador do discurso que persuade a todos por quaisquer sejam suas intenções, boas ou equivocadas. A confiança no discurso dependerá intrinsecamente de qual é a força de caráter do orador e não somente da potência persuasiva do discurso.

A linguagem operada pelos falantes, e seus recursos que permitem o fazer enunciativo, possui sujeitos que transitam no mundo natural e na linguagem. Ante a esse fato, temos que: quando a linguagem é usada para a finalidade da conquista amorosa, os sujeitos emitem uma certa condição envolvente quanto a sua imagem, uma boa impressão direcionada ao afeto, com o intuito de proporcionar a publicação insinuante de suas qualidades e atributos. Para essa boa imagem, essa aparência organizada em partes e no todo, temos o conceito de *éthos*.

O termo *éthos* do sujeito é o que os antigos gregos entendiam como “a construção de uma imagem de si destinada a garantir o sucesso do empreendimento oratório.” (AMOSSY, 2008, p. 10). O *éthos* é a impressão que o orador precisa causar com a palavra para ser respaldado pela escuta do público, mesmo que o público esteja implícito do discurso propriamente dito, como no caso do perfil.

Tanto em outros contextos comunicacionais, quanto como no ambiente do *Tinder*, “Dizer que os participantes interagem é supor que a imagem de si construída no e pelo discurso participa da influência que exercem um sobre o outro.” (AMOSSY, 2008, p. 12). Desse modo, a imagem constituída resulta na interação dos pares ao passo que o par desejado motiva a edição de publicar uma característica e não outra. Por exemplo, se o par desejado é um terceiro elemento em um casal, a escolha de explicitar o estado civil “casados” é parte da convocação de um alguém que queira estar com um casal. Por conseguinte, mesmo que não seja referido no discurso, o par imaginado interage com a organização do *éthos* no ambiente do *Tinder*.

Como esse ambiente se caracteriza pela paquera e aliciação amorosa, percebemos que os *éthe* presentes compactuam para que os que se dizem desejáveis, e desejantes, sejam sensíveis às manobras de influência uns sobre os outros. Isso posto, as interações se tornam arriscadas a se converterem em interação face a face e em possíveis relações sexuais entre os usuários.

3 O ENUNCIADO DE UM PERFIL

3.1 Conceitos fundamentais da semiótica discursiva

Para o estudo do perfil do aplicativo, temos que nos situar quanto às estruturas do texto analisadas pela semiótica discursiva. O exame da configuração das estruturas é feito a partir das premissas e dos conceitos fundamentais da teoria para chegarmos nas evidências da caracterização do *corpus*.

O primeiro conceito a ser utilizado é o de enunciação. Afinal, o que é a enunciação? Para Greimas e Courtés (1979, p. 145-146) o conceito de enunciação define-se por:

Conforme os pressupostos epistemológicos, implícitos ou explicitados, enunciação se definirá de duas maneiras diferentes: seja como estrutura não-lingüística (referencial) que subtende à comunicação lingüística, seja como uma instância lingüística, logicamente pressuposta pela própria existência do enunciado (que dela contém traços e marcas*). No primeiro caso, falar-se-á de “situação de comunicação”, de “contexto psicossociológico” da produção dos enunciados, que tal situação (ou contexto referencial*) permite atualizar. No segundo caso, sendo o enunciado considerado como o resultado alcançado pela enunciação, esta aparece como a instância de mediação, que assegura a colocação em enunciado-discurso das virtualidades da língua. De acordo com a primeira acepção, o conceito de enunciação tenderá a aproximar-se do de ato* de linguagem, considerado sempre na sua singularidade; de acordo com a segunda, a enunciação é concebida como um componente autônomo da teoria da linguagem, como uma instância que possibilita a passagem entre a competência* e a performance* (lingüísticas); entre as estruturas* semióticas virtuais, de cuja atualização ela deve encarregar-se, e as estruturas realizadas sob a forma de discurso. É a segunda definição que é a nossa: não sendo contraditória em relação à teoria semiótica que propomos, somente essa definição permite integrar a instância da enunciação na concepção de conjunto. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 145-146).

Como citado por Greimas e Courtés (1979, p. 145-146), utilizaremos a segunda concepção do conceito de enunciação: um pressuposto do enunciado que deixa marcas de suas virtualidades em seu produto. O perfil, por exemplo, possui marcas da enunciação, mas não é a enunciação em si e não deve ser confundido com um ato de linguagem como a primeira acepção exposta por Greimas e Courtés (1979, p. 145-146). Se consideramos a primeira acepção estamos lidando com os sujeitos humanos reais e não com seus simulacros projetados no conjunto do texto.

Acerca do conceito de enunciação, os autores esclarecem uma dúvida que pode gerar uma confusão entre a definição dos termos *enunciação*, entendida como algo anterior ao enunciado, e a *enunciação enunciada*, que é uma subclasse de enunciado que se constitui de um simulacro de realidade. Em relação à dúvida eles explicam que:

Freqüentemente insistimos numa confusão lamentável entre a enunciação propriamente dita, cujo modo de existência é ser o pressuposto lógico do enunciado, e a enunciação enunciada (ou narrada) que é apenas o simulacro que imita, dentro do discurso, o fazer enunciativo: o “eu”, o “aqui” ou o “agora”, encontrados no discurso enunciado, não representam de maneira nenhuma o sujeito, o espaço e o tempo da enunciação. A enunciação enunciada deve ser considerada como constituindo uma subclasse de enunciados que se fazem passar como sendo a metalinguagem descritiva (mas não científica) da enunciação. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 147-148).

Feito o esclarecimento, temos que o que está descrito em um perfil, com a pessoa, o espaço e o tempo do enunciado não podem ser considerados como sendo, de fato, a enunciação. A realidade enunciativa faz sentido enquanto considerada dentro do próprio texto. Quanto a esse problema, diz Fiorin (2016, p. 36) que: “Como a pessoa enuncia num dado espaço e num determinado tempo, todo espaço e todo tempo organizam-se em torno do “sujeito”, tomado como ponto de referência.” Sendo esse “sujeito” o sujeito que se encontra disjungido e pronunciado no enunciado é a partir desse sujeito que o espaço e o tempo estão organizados.

A respeito do que Fiorin (2016, p. 37) explica sobre como ocorre a disjunção, temos um exemplo: um perfil, o perfil *Alien*, de uma amostra descartada²³ do *corpus*. Nesse perfil estão contidas nove imagens. Sendo elas: uma de um filhote de cão da raça *rottweiler*, uma de um campo marcado por sinais circulares que se atribuem a códigos alienígenas e sete de um ser alienígena em situações do mundo social, humano e terráqueo, como trabalho de escritório, festa temática, reunião, convívio com animal de estimação, convívio social e recebimento de salário.

Vemos pelas imagens que o alienígena possui uma vida que se assemelha à vida dos seres humanos na Terra e que por mais que as espécies sejam diferentes, o contexto da organização dos cuidados com a aparência, a vida emocional, o lazer e o trabalho são iguais aos dos seres humanos. Até os gestos e as maneiras de expressar determinados sentimentos, como o enfado, deu-se com o modo de expressar humano por meio do posicionamento baixo das pálpebras oculares.

Para realizar a camada figurativizada do nível discursivo ao processo gerativo de significação, os sujeitos actantes são investidos de figuras, como vistas a seguir:

²³ Este perfil não faz parte do *corpus*. Durante a coleta da amostra identificamos que esse exemplar tinha características notáveis e para fins didáticos aproveitamos o arranjo estrutural como argumento da exposição dos conceitos da semiótica discursiva.

Após as imagens, há a seguinte descrição:

Nome XXXXXX, 26
 Cargo: Pesquisador em Plutao Interplanet
 Universidade: Engenharia
 Morando em: Mora em/no Belo Horizonte
 Distância: a 1 quilômetro daqui

Invasor👁️ vindo diretamente de plutao passando uma curta temporada na terra. Meus compatriotas decidiram destruir este planeta azul devido ao número de pessoas rasas vivendo nele. Preciso apenas de um espécime que prove que eles estão errados, você me ajuda?🙄

Como podem ver nas fotos, sou divertido, artista, trabalhador, familiar e esse doguinho foi minha primeira abdução haha

Disfarce humano aqui>>>
 Insta:xxxxxxxxxxx (PERFIL ALIEN, 2019)

Se entendemos a enunciação como um ato de linguagem, estamos, de fato, perto de fazer contato com um sujeito que se diz um *eu* — ser extraterrestre. O espaço e o tempo são de um extraterrestre habitando o planeta Terra no ano de 2019. Minimamente há um problema técnico. Não ocorre partilha de tais informações encontradas com outros seres sociais e com a cultura vigente. O contexto da vivência e a experiência íntima de se comunicar com um alienígena pelo *Tinder* não é reconhecido por outros núcleos e grupos sociais. É uma questão grave de possível ruptura e dissociação psicológica caso o alienígena seja entendido como um ser real que esteja a um quilômetro de distância. É claro que não se trata de um delírio e nem de um alienígena. A linguagem possui variações de sentido e o ser plutônico é uma brincadeira naquilo que uma língua proporciona ao seu falante: é o manuseio da linguagem com o intento de causar riso e, talvez, fascínio pelo emprego de humor na persuasão. Nesse caso, sendo o perfil *Alien* veiculado no *Tinder*, temos uma estratégia de atração do outro.

Ironias à parte, de acordo com o que explicou Fiorin (2016, p. 36) acerca da organização do espaço e do tempo em torno do “sujeito”, tomemos como o “sujeito” o *eu* disjungido e projetado. Sua figurativização é a de um ser extraterrestre que, como indicado na última linha, possui um disfarce humano. O seu espaço, entendido a partir desse “sujeito” do enunciado, são dois, o do tempo passado, do planeta Plutão, o local de nascimento, e o espaço do tempo presente, o planeta Terra no qual o ser diz estar “passando por curta temporada” (PERFIL ALIEN, 2019). Com esses dados podemos pensar em dois espaços: o espaço do lá,

figurativizado pelo planeta Plutão e o espaço do aqui, figurativizado pelo planeta Terra²⁴. À vista disso, temos que a Terra é o espaço do “eu, aqui e agora” desse sujeito.

Além do espaço, podemos pensar nos tempos que são organizados em torno desse sujeito. O tempo do agora, o tempo presente, é o tempo aqui na Terra no qual ele busca por um espécime que o ajude a ter outra opinião sobre os terráqueos. O tempo do *então*, o tempo do passado, é o tempo vivido em Plutão.

Com esse exemplo exótico, quisemos demonstrar que a organização em torno do sujeito disjuntivo torna a compreensão do texto viável independente de qual seja a figurativização desse sujeito. Desse modo, são possíveis inúmeras e infinitas figurativizações para um sujeito com seus diferentes discursos.

A vista do exemplo, pensemos em uma chave mestra das portas de uma casa. Sua função é abrir todas as portas com apenas a adaptação que os pinos das fechaduras realizam em seu segredo. Com a imagem dessa metáfora, o esclarecimento de Greimas e Courtés (1979) sobre qual é a qualidade da enunciação funciona para este estudo como uma chave mestra na qual os outros conceitos entram em sintonia para elucidar a metodologia do exame do perfil que possui um “eu”, um “aqui” e um “agora” em seu enunciado, mas que não é o sujeito da instância pressuposta da enunciação. Ainda no exemplo do perfil do alienígena, há dois conceitos que são edificantes sobre a enunciação: o enunciador e o enunciatário. O primeiro, o enunciador, é o sujeito que interpela um “você”, um enunciatário, identificado no singular, que pergunta se pode ser ajudado a mudar de opinião quanto ao que pensam os seus compatriotas plutônicos sobre a profundidade dos terráqueos. Na linha seguinte, o mesmo enunciador se refere a outro sujeito enunciatário, agora um “vocês”, oculto, que é apreendido pela concordância verbal: “Como (vocês) podem ver nas fotos [...]” (PERFIL ALIEN, 2019). Entre a interpelação no singular e a interpelação no plural, percebemos que o enunciador deixa marcas no enunciado da apresentação pública que se destina a um grupo de pessoas no qual deverá haver um *espécime* que o ajudará a mudar de opinião.

Portanto, vemos que o sujeito alienígena faz parte de um enunciado. O enunciado, que de acordo com Greimas e Courtés (1979, p. 149) consiste em: “No sentido geral “daquilo que é enunciado”, entende-se por enunciado toda grandeza* dotada de sentido, pertencente à cadeia falada ou ao texto escrito, anteriormente a qualquer análise lingüística ou lógica.”. Dessa forma percebemos que o enunciado, produto da enunciação, é a produção de texto com plano de

²⁴ Como explicado por Fiorin (2016, p. 234), *aqui* “[...] é o lugar de onde alguém fala, podendo estar à esquerda ou à direita, em cima ou embaixo de x.”. Para o perfil Alien, o *aqui* é o espaço do planeta Terra pois é onde se dá a enunciação.

conteúdo e plano de expressão. Para entendermos melhor o que é o enunciado, explicam Greimas e Courtés (1979, p. 148) que:

Por oposição à enunciação*, entendida como ato* de linguagem, o enunciado é o estado dela resultante, independentemente de suas dimensões sintagmáticas (frase ou discurso). Definido dessa forma, o enunciado comporta freqüentemente elementos que remetem à instância da enunciação: de um lado estão os pronomes pessoais e possessivos, os adjetivos e advérbios apreciativos, os dêiticos espaciais e temporais, etc. (cuja eliminação* permite obter um texto enuncivo, considerado como desprovido das marcas* da enunciação), e, de outro lado, os verbos performativos* (que são elementos descritivos da enunciação, enunciados, trazidos para o enunciado, e que podem ser igualmente considerados como marcas que ajudam a conceber e a construir a instância da enunciação). (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 148).

Dentro dos enunciados do *Tinder* encontramos alguns campos que nos interessam para a análise semiótica das linguagens do *corpus*. São as categorias das marcas da enunciação que compõem a imagem, o *éthos*, do enunciador. O alienígena, como vimos no exemplo citado alguns parágrafos anteriores, é um enunciador que dá voz às figurativizações do texto com a finalidade de causar humor e aproximação com o enunciatário. Posto isso, percebemos que o conteúdo dos textos do *corpus*, independente de qual figurativização esteja empreendido, é sempre de um eu que procura um outro.

Para complementar o conceito de enunciação trabalhados por Greimas e Courtés (1979, p. 148-149), Fiorin (2010, p. 167) diz que a enunciação:

[...] é o ato de produzir enunciados, que são as realizações linguísticas completas. Certos enunciados não têm por finalidade a designação de um objeto ou um evento no mundo, mas referem-se a si mesmos, ou seja, não têm uma função referencial, mas autorreferencial. Em outras palavras, há certos fatos linguísticos que só são entendidos em função do ato de enunciar (FIORIN, 2010, p. 176).

Dessa forma temos reiterado que a enunciação é o ato de realizar textos com a língua em uso e não se confunde com o ato de linguagem de um falante, mas se relaciona com a situação de uso na qual a língua está inserida. Quer dizer, não é possível, em alguns casos, apenas com o conhecimento do texto pelo texto entender o todo de significação de um enunciado. No texto do perfil do *Tinder* compreendemos que se trata de uma realização da língua, um enunciado, como visto anteriormente, que possui a qualidade de ser um enunciado de estado por conter marcas da atualização dos valores que se encontram investidos em objetos (BARROS, 2001, p. 45).

A enunciação admite um enunciador e um enunciatário que são conceituados segundo Greimas e Courtés (1979, p. 150) pela diferença que comportam:

Denominar-se-á enunciador o destinatário* implícito da enunciação (ou da “comunicação”), distinguindo-o assim do narrador* — como o “eu”, por exemplo — que é actante* obtido pelo procedimento de debreagem*, e instalado explicitamente no discurso. Paralelamente, o enunciatário corresponderá ao destinatário implícito da enunciação, diferenciando-se, portanto, do narratário* (por exemplo: “o leitor compreenderá que...”), reconhecível como tal no interior do enunciado. Assim compreendido, o enunciatário não é apenas destinatário da comunicação, mas também sujeito produtor do discurso, por ser a “leitura” um ato* de linguagem (um ato de significar) da mesma maneira que a produção do discurso propriamente dito. O termo “sujeito da enunciação”, empregado freqüentemente (sic) como sinônimo de enunciador, cobre de fato as duas posições actanciais de enunciador e de enunciatário. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 150).

Com a explicação dos autores, vemos que enunciador e enunciatário são parte do conjunto do processo de significação. São instâncias que habitam o cerne do texto implicitamente e estão fora dele, mas que podem ser vistos através da debreagem da categoria de pessoa, com um *eu* e um *você*, ou um *nós* e um *você*. Ambos são produtores de discurso e de sentidos, mas não são sujeitos reais. Se são entendidos como reais é porque os vestígios de suas marcas estão investidos de figuras semânticas suficientemente críveis nos efeitos de sentido realistas dados ao discurso e na intencionalidade do texto.

A intenção e a intencionalidade são esferas diferentes para Greimas e Courtés (1979, p. 237-238), e os autores preferem o uso do termo intencionalidade ao termo intenção. A intencionalidade possui relação direta com o aspecto fenomenológico do texto, isto é, o texto que está sendo lido que se situa entre os modos da virtualidade e a realização. Portanto, não está subjugada à finalidade, nem à motivação anterior ao próprio texto. Sobre a intencionalidade dizem que “A formulação semiótica que gostaríamos de dar desse conceito o aproxima do conceito de competência modal.” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 238).

A competência modal citada pelos autores “manipula a competência semântica, dando-lhe, de algum modo, o estatuto de “competência”, transformando uma gramática dada como uma descrição num sistema normativo e num processo operatório.” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 63). Nesse caso, não é do indivíduo, pessoa que respira e realiza ações no mundo natural, a intenção do processo operatório que o texto realiza. O texto, a partir da enunciação, possui em seu interior a *intencionalidade* da competência modal que modifica a competência semântica para que se realize a *performance* contida no nível narrativo do que está enunciado. Ao adquirir a competência e executar o fazer, o sujeito actante se torna um sujeito realizador e a sua realização não depende da vontade exterior ao texto.

A intencionalidade, como vimos, é interna ao texto. Se um texto é manipulador, logo, a intencionalidade é manipulativa. A intencionalidade do percurso da manipulação do nível

narrativo depende diretamente do que é a competência. O conceito de competência utilizado por Greimas e Courtés (1979, p. 62) diz que “[...] a competência lingüística não é uma coisa em si, mas um caso particular de um fenômeno muito mais vasto que, sob a denominação genérica de competência, faz parte da problemática da ação humana e constitui o sujeito como actante* (qualquer que seja o domínio em que ela exerça)” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 62). Assim sendo, percebemos que a competência se situa nos campos das *ações* realizadas pelos sujeitos actantes do nível narrativo e dá forma ao modo como essas ações são realizadas.

Ainda de acordo com a proposição de Greimas e Courtés (1979, p. 62) acerca da competência, temos “a competência como uma estrutura* modal. Aqui se reencontra, é evidente, toda a problemática do ato*: se o ato é um “fazer-ser”, a competência é “*aquilo* que faz ser”, vale dizer, todas as preliminares e os pressupostos que tornam a ação possível.” É por meio da competência, como estrutura modal, que o sujeito actante poderá agir sobre as coisas ou sobre outros sujeitos. Não é propriamente o ato em si, mas é o que torna o ato possível de ocorrer.

No exemplo do perfil alienígena a competência do sujeito é por meio de seu *saber*. O sujeito sabe que os seus compatriotas querem destruir a Terra e *seduz* seu sujeito manipulado com a escolha de mudar o destino dos terráqueos caso seja ofertado um espécime, não raso, para sua apreciação. O sujeito manipulador também sabe dos valores que estão em jogo na manipulação e fornece informações nas quais os valores são atribuídos a si mesmo. Esses valores podem ser identificados por algumas características, como a abertura do alienígena a ser abduzido por um terráqueo já que é um sujeito que mantém relações apaixonadas com o planeta Terra e foi abduzido de Plutão mediante sua relação estabelecida com o “doguinho” (PERFIL ALIEN, 2019) terráqueo.

Dentro do processo global da significação, Greimas e Courtés (1979, p. 63) dizem que: “O sujeito da enunciação modaliza as estruturas* semióticas e narrativas, dando-lhes o estatuto do *dever-ser* (quer dizer, de um sistema de coerções), e as assume como um *saber-fazer*, como processo virtual.”

No perfil do alienígena, a coerção dá-se em torno daquilo que o sujeito sabe: a destruição da Terra e seus próprios atributos atraentes para as interações amorosas com os terráqueos. Como a competência, segundo Greimas e Courtés (1979, p. 63), é o processo operatório no qual as coerções manipulativas modificam os estados nos quais os sujeitos manipulados operam suas relações sintáticas um com o outro, o alienígena veicula uma manipulação que visa mudar o estado de relação com os terráqueos.

Sobre o conceito de competência, acrescenta Barros (2001, p. 35):

A competência, entendida como as condições necessárias à realização da *performance*, é sempre um programa de uso em relação ao programa da *performance*. Caracteriza-se como uma organização hierárquica de modalidades ou de valores modais: o *querer-fazer* e/ou o *dever-fazer* regem o *poder-fazer* e/ou o *saber-fazer* (BARROS, 2001, p. 35, grifos da autora).

Percebemos durante o recolhimento flutuante de amostras de textos, que mesmo os que eram monossilábicos exibiam características em comum. Tanto em relação a sua formatação, visto que todos possuem recursos iguais para serem produzidos, quanto em relação ao seu conteúdo. Os conteúdos das apresentações convergiam, de variadas e diversas maneiras, para um tipo de texto no qual um sujeito faz uma boa e positiva impressão de si mesmo para manipular um outro sujeito do qual se espera uma reação. Reação essa que corresponda às expectativas de ser atraente para alguém. Com o perfil alienígena vemos que no processo de seduzir o *saber-fazer* rege o *querer-fazer* do manipulado em ser o salvador do planeta que será destruído. Assim como nos outros perfis também são visíveis as relações hierárquicas das modalidades. Então, entendidas como funcionam as convergências, o perfil é um tipo de texto que atribui ações de transformação dos sujeitos e dos estados dos seus sujeitos. É o percurso narrativo do destinador-manipulador, também conhecido como percurso da manipulação (BARROS, 2001, p. 36).

O conceito de manipulação dado por Greimas e Courtés (1979, p. 269) inicia-se com uma diferenciação da manipulação para o que é o conceito de operação, que é o modo da ação do homem sobre as coisas, e que a manipulação:

[...] caracteriza-se como uma ação do homem sobre outros homens, visando a fazê-los executar um programa dado: no primeiro caso, trata-se de um “fazer-ser”, no segundo, de um “fazer-fazer”; essas duas formas de atividade, das quais uma se inscreve, em grande parte, na dimensão pragmática* e a outra na dimensão cognitiva*, correspondem assim a estruturas modais de tipo factitivo*. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 269).

A manipulação encerrada como um programa narrativo implica que os sujeitos se relacionam de alguma maneira e que se trata de modos de fazer uma ação. Um sujeito manipula o outro a fim de que algo seja modificado. No caso do perfil do alienígena plutônico, temos que um sujeito modaliza o outro. Expliquemos: um sujeito entendido como um *eu*, o alienígena, procura que um outro sujeito, o *você*, ajude a provar que os terráqueos não mereçam ser destruídos²⁵. Logo adiante, o *eu* alienígena, sendo o sujeito que manipula, expõe que “como

²⁵ Esta modalidade de manipulação é a manipulação por intimidação. É quando existe um poder por parte do destinador - manipulador e ele faz ameaças para o destinatário-manipulado.

(*vocês*) podem ver nas fotos” (PERFIL ALIEN, 2019), sendo incluso nesse plural o *você* singular citado antes. A ação do verbo “ver” do enunciado concerne que o sujeito manipulado pode confirmar as características atribuídas ao alienígena por meio das imagens disponíveis²⁶. Com as provas dadas pelas imagens, é possível confirmar o estilo de vida que o alienígena leva na Terra e os seus atributos psicológicos como “divertido”, “artista”, “trabalhador” e “familiar” (PERFIL ALIEN, 2019) figurativizados com o contexto das imagens. Nesse caso o sujeito manipulado é convocado a julgar se o sujeito manipulador é merecedor da ajuda. É pela adesão ao pedido de ajuda e as imagens do alienígena que o sujeito debreado em *você* está sendo manipulado à conquista amorosa. O exemplo do perfil *Alien* é uma forma de manipulação de um sujeito sobre o outro no *Tinder*.

Continuemos com as explanações do conceito de manipulação. De acordo com o conceito de manipulação da semiótica discursiva, há modos diferentes de manipular. Esses modos são referidos por Greimas e Courtés (1979, p. 269-270) da seguinte forma:

Enquanto configuração* discursiva, a manipulação é sustentada por uma estrutura* contratual e ao mesmo tempo por uma estrutura modal. Trata-se, com efeito, de uma comunicação* (destinada a fazer-saber) na qual o destinador-manipulador impele o destinatário-manipulado a uma posição de falta de liberdade (*não poder não fazer*), a ponto de ser este obrigado a aceitar o contrato proposto. Assim, o que está em jogo, à primeira vista, é a transformação da competência* modal do destinatário-sujeito: se este, por exemplo, conjunge ao *não poder não fazer* um *dever-fazer*, tem-se a provocação ou a intimidação; se ele lhe conjunge um *querer-fazer*, ter-se-á então a sedução ou tentação (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 270, grifos dos autores).

Como exposto acima, os autores definem quatro modos da manipulação a partir da transformação da competência modal. As tipologias da manipulação são as seguintes: provocação, intimidação, sedução e tentação. Em todos os modos “[...] a manipulação joga com a persuasão, articulando assim o fazer persuasivo* do destinador e o fazer interpretativo* do destinatário” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 270). Isto posto, compreendemos a manipulação como uma relação a qual “só será bem sucedida (sic) se o sistema de valores que está por detrás dela for compartilhado pelo manipulado” (BARROS, 2001, p. 39). Portanto, percebemos que a manipulação não ocorre com sujeitos aleatórios.

Para balizar as tipologias temos duas bases categóricas. A primeira é fundada sobre a competência do manipulador para realizar a manipulação e a segunda é fundada sobre a transformação da competência modal do destinatário-manipulado (BARROS, 2001, p. 38).

²⁶ Ver as imagens disponibilizadas pelo alienígena faz parte da manipulação por sedução. A sedução ocorre quando o destinador-manipulador oferece uma imagem vantajosa de si ao destinatário-manipulado.

A provocação e a intimidação ocorrem quando o sujeito-manipulador sabe de algo sobre o destinatário-manipulado e o força a escolher entre ser ou não ser manipulado. Na *provocação* o manipulador realiza uma imagem desvantajosa do manipulado, um julgamento negativo da competência, e o manipulado escolhe entre aceitar que essa imagem seja verdadeira ou realizar o que o manipulador quer. Como disseram Greimas e Courtés (1979, p. 270): o manipulador coloca o manipulado em uma situação na qual esteja privado de liberdade e, portanto, resta que faça a escolha por obrigação. Já a *intimidação* funciona com o manipulador ameaçando — exercício negativo do poder — o manipulado. Lembramos que a provocação se situa no campo da competência do manipulado e a intimidação no campo do poder do manipulador, como demonstrado por Greimas e Courtés (1979, p. 270).

A *tentação* age semelhante à provocação, mas de uma maneira positiva. São apresentados objetos-valor nos quais estão embutidos valores positivos que representam bens vantajosos de estarem em relação de conjunção (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 270). Na *tentação* o manipulador manifesta poder e propõe objetos positivos — abstratos ou concretos — ao manipulado para que ele realize o que está sendo pedido.

À vista das tipologias de manipulação, sintetiza Barros (2001, p. 38): “o destinador-manipulador persuade pelo *saber*, provocando e seduzindo, ou pelo *poder*, tentando e intimidando”. Logo, o manipulador, a partir das competências do *saber* e do *poder*, modifica a competência modal e os valores do manipulado.

A manipulação que os sujeitos realizam dependem intrinsecamente de um contrato. O contrato que é realizado do texto para o texto. Nos primeiros perfis coletados para a seleção do *corpus* de análise, percebemos a existência do contrato de veridicção entre os sujeitos actantes. O contrato, de acordo com Greimas e Courtés (1979, p. 45), permite que o perfil seja identificado como verdadeiro por possuir um *fazer crer* do enunciatário pelos procedimentos de um fazer persuasivo do enunciador (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 45).

O texto possui um fazer em si mesmo que depende de qual contrato é estabelecido entre seus pares de interação nos níveis discursivo, narrativo e fundamental. A respeito do que é o contrato para semiótica discursiva, dizem os autores Greimas e Courtés (1979, p.85) sobre o aspecto generalista do conceito:

Num sentido muito geral, pode-se entender por contrato o fato de estabelecer, de “contrair” uma relação intersubjetiva que tem por efeito modificar o estatuto (o ser e/ou o parecer) de cada um dos sujeitos em presença. Sem que se possa dar uma definição rigorosa dessa noção intuitiva, trata-se de propor o termo contrato, a fim de determinar progressivamente as condições mínimas nas quais se efetua a “tomada de contato” de um sujeito para com o outro, condições que poderão ser consideradas como pressupostos do estabelecimento da estrutura da comunicação semiótica.

Convém de fato reconhecer, sob a capa de contrato, essa “comunicação fática” que constitui a preliminar subentendida a toda comunicação e que parece feita ao mesmo tempo de uma tensão (expectativa benevolente ou desconfiada) e de uma distensão (que é como que a sua resposta). O fato é que o estabelecimento da estrutura intersubjetiva é ao mesmo tempo, de um lado, uma abertura sobre o futuro e sobre as possibilidades da ação, e do outro, uma coerção que limita de uma certa forma a liberdade de cada um dos sujeitos. Propomos se designe com o nome de **contrato implícito** esse conjunto de preliminares que fundamentam a estrutura intersubjetiva (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 84, grifo dos autores).

O contrato implícito, como visto com Greimas e Courtés (1979, p. 84), é o que fundamenta o conjunto de elementos postos em jogo das relações entre os sujeitos. Caso algum dos sujeitos não aceite esse primeiro passo contratual não é possível estabelecer a estrutura da comunicação semiótica e a significação não ocorre.

Para a primeira definição do que é o contrato implícito, Greimas e Courtés (1979, p. 85) distinguem duas espécies de contrato: a primeira na qual o contrato é unilateral e a segunda na qual o contrato é bilateral/recíproco.

Independente de qual espécie contratual esteja em voga na relação, o contrato não se configura como uma unidade de total plenitude uma vez aceito. Ele pode se iniciar com uma modalidade de contrato, por exemplo, tácito, unilateral e desdobrar-se ao longo da narrativa em estabelecimento, desistência, ruptura, restabelecimento, recusa de execução, negociação ou execução parcial (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 85). Dessa forma, o contrato não engessa a relação de comunicação entre os sujeitos, o contrato normatiza o modo como a relação se estabelece e quais são os artifícios de poder que poderão ser engendrados durante o desenvolvimento da relação.

Um contrato que começa com um acordo entre as partes para que as transformações do nível narrativo se desenvolvam não significa que será aceito em todas as suas cláusulas. Podem ocorrer fraturas em torno da aceitação que podem se dar pela via da manipulação de provocação, sedução, tentação e intimidação. A execução do contrato como um todo ou partes dependem que elementos de disputa permaneçam convidativos para o destinador-manipulador e o destinatário-manipulado.

Quanto ao contrato Greimas e Courtés (1979, p. 85) evidenciam que:

À primeira vista, podem-se distinguir duas espécies de contrato: o contrato é chamado unilateral quando um dos sujeitos emite uma “proposta” e o outro assume um “compromisso” em relação a ela; será bilateral ou recíproco quando as “propostas” e os “compromissos” se cruzem. Tal definição, tomada aos dicionários usuais, mostra, no entanto, o caráter modal* da estrutural contratual: a “proposta” pode ser interpretada como o querer do sujeito S₁ que o sujeito S₂ faça (ou seja) alguma coisa; o “compromisso”, por seu lado, nada mais é do que o querer ou dever de S₂ assumindo o fazer sugerido. Nessa perspectiva, o contrato aparece como uma organização de

atividades cognitivas recíprocas que provocam a transformação da competência* modal dos sujeitos em presença. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 85, grifo dos autores).

Para o andamento narrativo ocorrer e para que seja efetivado ou refutado, o contrato precisa estar alinhado com as funções que os actantes desempenham. O contrato entre os actantes da sintaxe narrativa é a aceitação ou não do que é proposto entre sujeito competente que age como destinador-manipulador e sujeito destinatário-manipulado nos textos do *Tinder*. Entre os actantes sintáxicos teremos que o contrato será instituído ao nível da modalização de seu estado e do seu fazer (BARROS, 2001, p. 36 e 37).

Quando temos o seguinte enunciado: “Bora falar sobre teorias conspirações” (PERFIL 20, 2019) temos um sujeito que concretiza verbos. O sujeito manipulador, esse *eu* que convida o outro a ser um *nós* e a “falar sobre teorias conspirações” (PERFIL 20, 2019) está oferecendo algumas informações sobre como modalizará o sujeito manipulado. O destinador-manipulador instaura um comando que está embutido em uma linguagem informal “Bora”, que lança a ação a ser desempenhada pelo manipulado, o *falar*, e indica sobre qual assunto espera-se que seja tratado, o assunto das “teorias conspirações” (PERFIL 20, 2019). Pois bem, seria possível manipular um sujeito que não queira falar sobre tais assuntos? Talvez, desde que sejam apresentados outros atributos aos quais esse sujeito possa se deixar ser manipulado. Mas como vimos em Barros (2001, p. 38) os tipos de manipulação: “[...] manifestam-se, em geral, combinados e confundidos em estruturas de manipulação complexas, que se explicam pela organização e encadeamento dos programas no percurso do destinador-manipulador.”. Portanto, as estratégias da manipulação são variáveis e é possível encontrar mais de uma delas em um mesmo percurso da manipulação.

A respeito do efeito de sentido da manipulação, memoramos Barros (2001, p. 37, grifo da autora) sobre a finalidade da manipulação cognitiva que: “Pretende fazer com que o destinatário, ao exercer o fazer interpretativo que lhe cabe, *creia ser verdadeiro* o objeto apresentado, o discurso do outro e o próprio destinador”. O alienígena do perfil *Alien* (2019) é um desses sujeitos-actantes da manipulação que implica ser verdadeira a sua própria apresentação para os terráqueos. Por conseguinte, o discurso do alienígena é um discurso crível.

Postos, explicados e contextualizados os conceitos fundamentais da semiótica discursiva, vamos a compreensão do que são as debreagens e como elas funcionam e nos servem para examinar o percurso da manipulação nos perfis.

3.2 As debreagens e suas categorias

Prosseguimos com o trajeto de conceitos úteis, e vamos às *debreagens*.

O conceito de sujeito da enunciação, na manobra de *debreagem*, para Greimas e Courtés (1979, p. 96) admite que:

Partindo do sujeito da enunciação, implícito, mas produtor do enunciado, pode-se, pois, projetar (no momento do ato de linguagem ou do seu simulacro no interior do discurso), instalando-se no discurso, quer actantes da enunciação, quer actantes do enunciado. No primeiro caso, opera-se uma **debreagem enunciativa**, no segundo, uma **debreagem enunciva**. Conforme o tipo de *debreagem* utilizado, distinguem-se duas formas discursivas, ou mesmo dois grandes tipos de unidades* discursivas: no primeiro caso, tratar-se-á das formas da enunciação enunciada (ou relatada): é o caso das narrativas em “eu”, mas também das seqüências dialogadas*; no segundo, das formas do enunciado enunciado (ou objetivado): é o que ocorre nas narrações que têm sujeitos quaisquer, nos discursos chamados objetivos, etc. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p.96, grifos dos autores).

Portanto, o sujeito da enunciação é o modo técnico de fazer a realidade referencial se transpor para a representação de uma linguagem. Não existe um sujeito humano, verdadeiro na realidade na qual foi referenciado, que *está preso dentro do enunciado* e se debatendo querendo ser lido e retirado de seu cárcere. O ser identificado como pessoa, de gênero masculino, de estatura equivalente a “1,83m” (PERFIL 70, 2019), que realizou a enunciação por intermédio de um telefone conectado à rede de internet 4G diz o seguinte: “Tô aqui pela minha pesquisa em aplicativos e redes sociais de relacionamento.” (PERFIL 70, 2019). Esse ser que está “aqui” existe na linguagem, existe como projeção.

O reconhecimento do sujeito actante, destinador-manipulador do nível narrativo, dá-se por meio do ator do discurso figurativizado. É pela manobra de *debreagem*, a operação que possibilita compreender o enunciado, que descobrimos qual é o papel e a função do sujeito no texto.

Sobre a *debreagem*, Greimas e Courtés (1979, p. 95) explicam que é “a operação pela qual a instância da enunciação* disjunge e projeta fora de si, no ato* de linguagem e com vistas à manifestação*, certos termos ligados à sua estrutura de base, para assim, constituir os elementos que servem de fundação ao enunciado-discurso*.” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 95). Por consequência, para que o texto se manifeste é necessário o uso da *debreagem*.

As consequências da instauração da *debreagem*, de acordo com Greimas e Courtés (1979, p. 95) estabelecem que:

Se se concebe por exemplo a instância da enunciação como um sincretismo* de “eu-aqui-agora”, a *debreagem*, enquanto um dos aspectos constitutivos do ato de linguagem original, inaugura o enunciado, articulando ao mesmo tempo, por

contrapartida, mas de maneira implícita, a própria instância da enunciação. O ato de linguagem aparece assim, por um lado, como uma fenda criadora do sujeito, do lugar e do tempo da enunciação, e por outro, da representação actancial, espacial e temporal do enunciado. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 95)

Quando a debreagem é operada são instaurados no enunciado os sujeitos actantes do nível narrativo que serão actorializados e figurativizados em temas e figuras investidas de conteúdo semântico mais complexos que os encontrados na sintaxe narrativa. As debreagens, segundo os autores, reconhecem três tipos:

A **debreagem actancial** consistirá, então, num primeiro momento, em disjuntir do sujeito da enunciação e em projetar no enunciado um *não-eu*; a **debreagem temporal**, em postular um *não-agora* distinto do tempo da enunciação; a **debreagem espacial**, em opor ao lugar da enunciação um *não-aqui*. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 95, grifos dos autores).

Logo, a debreagem possui três categorias: pessoa, tempo e espaço. São essas categorias que se desdobram em efeitos de sentido que visam à complexidade do texto. A debreagem actancial projeta a pessoa, a debreagem temporal projeta e delimita o tempo e a debreagem espacial projeta e delimita o espaço. Greimas e Courtés (1979, p. 95) salientam que a debreagem actancial possui uma especificidade. Vamos à explicação:

[...] é preciso primeiro insistir no fato de que o sujeito da enunciação, responsável pela produção do enunciado, fica sempre implícito e pressuposto, de que ele nunca é manifestado no interior do discurso enunciado (nenhum “eu” encontrado no discurso pode ser considerado como sujeito da enunciação propriamente dita nem identificado com ele: de nada mais se trata nesse caso do que de um simulacro da enunciação, isto é, de uma enunciação* enunciada ou relatada) (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 95).

Os sujeitos dos perfis estão debreados nas linguagens usadas, seja na linguagem visual, que é o caso dos perfis das mínimas categóricas, seja nos perfis sincréticos, das máximas categóricas, nos quais a linguagem é verbovisual. Nos perfis de texto sincrético, suas correspondências nas linguagens podem ser homologáveis nos planos de expressão e no plano de conteúdo, como podem não ser e causar uma ruptura surpreendente no todo de significação. Debrear em pessoa, tempo e espaço também quer dizer em quais sujeitos actantes as debreagens serão instauradas e quais são as figurativizações encontradas para os actantes. De acordo com o conceito de Greimas e Courtés (1979, p. 95) e também com os escritos de Fiorin (2010; 2012 e 2016) a debreagem enunciativa, a que comporta as marcas da enunciação, configura-se através das seguintes possibilidades nas categorias de pessoa, tempo e espaço:

QUADRO 1 - AS CATEGORIAS DA ENUNCIACÃO

	CATEGORIAS		
DEBREAGENS	PESSOA	TEMPO	ESPAÇO
ENUNCIATIVA	EU	AGORA	AQUI
ENUNCIVA	ELE	ENTÃO	LÁ

Fonte: adaptado de GREIMAS; COURTÉS (1979) e FIORIN (2010; 2012; 2016).

Como vimos no quadro 1, as categorias pressupõem dados que podem ser recorridos para entender como se dá a significação no enunciado. Por consequência, assim como é possível realizar debreagens, também é possível embrear, ou seja, é possível retirar do enunciado o que está projetado. As debreagens referencializam o que o enunciado opera e as embreagens desreferencializam o enunciado. Com os efeitos de sentido obtidos com o uso da debreagem depreende-se que "Com as debreagens enunciativas e enuncivas criamos a ilusão de que as pessoas, os espaços e os tempos inscritos na linguagem são decalques das pessoas, dos tempos e dos espaços do mundo. No entanto, a embreagem desfaz essa ilusão, pois patenteia que eles são *criações da linguagem*" (FIORIN, 2012, p. 31, grifo nosso).

Nos perfis, debreia-se um sujeito que é investido da figura de uma identidade e de uma autoimagem referencializadas no mundo natural, ou não, como vimos com o exemplo do alienígena plutônico. É o enunciado que contém a representação, o conteúdo semântico da subjetividade do sujeito textual, e funciona como simulacro da individualidade humana nesse tipo de texto. É reproduzida a ideia de como um indivíduo se entende como um sujeito, suas características físicas, psicológicas e suas habilidades emocionais.

A decomposição dos perfis impõe tê-los como uma linguagem específica de cada usuário pois as expressões e os conteúdos quanto ao enunciado diferem e também convergem em seus planos de expressão e de conteúdo. Sendo assim, a linguagem sincrética e os conteúdos próximos quanto ao percurso da manipulação é o que permeia a significação, mas o nosso propósito não pode se extinguir aí. Para tanto faremos uma explicação mais detalhada do que é a debreagem nas categorias de pessoa, tempo e espaço:

3.2.1 Pessoa

Na categoria de pessoa, debrear em pessoa significa que há um sujeito narrativo e um ator discursivo identificados com o gênero e o número dos pronomes pessoais que regem as conjugações verbais dos recursos da língua empregada. Para entendermos a debreagem de pessoa, explicamos o que é a actorialização a fim de tornar a compreensão do conceito menos abstrata.

No nível discursivo do texto encontra-se a actorialização que entendemos da seguinte maneira:

A actorialização é um dos componentes da discursivização e constituiu-se por operações combinadas que se dão tanto no componente sintáxico quanto no semântico do discurso. Os mecanismos da sintaxe discursiva, debreagem e embreagem, instalam no enunciado a pessoa. Tematizada e figurativizada, esta se converte em ator do discurso.” (FIORIN, 2016, p. 51).

Isso posto, a debreagem de pessoa possui modalidades, sendo duas delas a do *Eu* e a do *Nós*. Independente de quais sejam as actorializações e figurativizações em torno desse *Eu* e desse *Nós*. No *corpus* temos as duas modalidades. Dos nove perfis, cinco são debreados em um *Eu*, um é debreado em um *Nós* grupo de amigos e um é debreado em um *Nós* casal.

No nível narrativo a debreagem de pessoa será encontrada pela actorialização dos sujeitos narrativos e suas funções. Nem sempre a pessoa precisa estar figurativizada como um ser humano, como vimos com o alienígena. E, frisamos, que o sujeito narrativo é diferente do sujeito da enunciação, portanto, o alienígena é um ator do discurso debreado em um *eu* que possui alguns traços do sujeito da enunciação por ser seu reflexo de projeção.

Dessa forma, as pessoas debreadas dos textos são pessoas textuais e podem, ou não, possuir correspondências com o mundo natural.

3.2.2 *Tempo*

Na categoria do tempo, entende-se por debreagem temporal que “O discurso instaura um *agora*, momento da enunciação. Em contraposição ao *agora*, cria-se um *então*. Esse *agora* é, pois, o fundamento das oposições da língua.” (FIORIN, 2016, p. 126, grifos do autor). A explicação de Fiorin (2016, p. 126) está de acordo com a noção de Greimas e Courtés (1979, p. 97) para a categoria de tempo como sendo, também, uma projeção. Projeção que instaura o processo:

“[...] no momento do ato de linguagem, fora da instância da enunciação, do termo *não-agora*, e que tem por efeito instituir de um lado, por pressuposição, o tempo *agora* da enunciação, e, do outro, permitir a construção de um tempo “objetivo” a partir da posição que se pode chamar *tempo de então*. Considerando o *tempo de então* como um tempo zero, e aplicando, a partir disso, a categoria topológica de *concomitância/não-concomitância* => *anterioridade/posterioridade* é possível construir um modelo simples do tempo enuncivo que, enquanto sistema de referência, permitirá localizar os diferentes programas* narrativos do discurso (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 97, grifos dos autores).

De acordo com os autores citados, os tempos propostos para passado, presente e futuro são baseados em sua posição ante ao tempo da enunciação que indicam se o evento narrado é contemporâneo, ou não, ao tempo da narração do enunciado (FIORIN, 2016, p. 126). O seguinte enunciado foi encontrado no *corpus*: “Bora curtir essa sexta feira juntos chama aí xxxxxxxxxxxx²⁷” (PERFIL 110, 2019). Aqui temos um exemplo do tempo que é projetado no enunciado: o tempo ao qual o sujeito enunciadador se refere é ao tempo presente de uma sexta-feira, mas não sabemos qual e nem quando ocorre a sexta-feira referida no convite realizado. Sendo assim, o tempo ao qual se refere o enunciadador é o tempo da enunciação e, por ora, não sabemos em qual data tenha sido referenciada. A concomitância da sexta-feira se dá com o tempo da enunciação, não com o tempo do enunciado sendo narrado.

Para explicitar a origem da contemporaneidade do tempo do evento narrado e da narração do enunciado, argumenta Fiorin (2016, p. 126) que:

Se o *agora* é gerado pelo ato de linguagem, desloca-se ao longo do fio do discurso permanecendo sempre agora. Torna-se, portanto, um eixo que ordena a categoria tipológica da *concomitância vs não concomitância*. Esta, por sua vez, articula-se em *anterioridade vs posterioridade*. Assim, todos os tempos estão intrinsecamente relacionados à enunciação. O momento que indica a concomitância entre a narração e o narrado permanece ao longo do discurso e, por isso, é um olhar do narrador sobre o transcurso. A partir dessa coincidência, criam-se duas não coincidência: a anterioridade do acontecimento em relação ao discurso, quando aquele já não é mais e, por conseguinte, deve ser evocado pela memória, e sua posterioridade, ou seja, quando ainda não é e, portanto, surge como expectativa. Assim, anterioridade e posterioridade são pontos de vista para trás e para frente em relação ao momento do fazer enunciativo. O eixo ordenador do tempo, é, pois, sempre o momento da enunciação (FIORIN, 2016, p. 126, grifos do autor).

No que tange o aspecto temporal de uma narração da enunciação, o que está antes e o que está depois não dependem do momento em que lemos o que está escrito no enunciado, depende de qual é o tempo que está referenciado no texto. O tempo zero não é sinônimo de tempo presente (FIORIN, 2016, p.126). Dessa forma, a sexta-feira citada pelo Perfil 110 (2019) é o tempo zero para aquela narração, e não deve ser confundida com o tempo passado porque o texto é lido, por exemplo, na segunda-feira.

O tempo inscrito na linguagem não é o mesmo tempo do mundo natural, logo, os tempos da enunciação serão dados pelo próprio enunciado e as debreagens que foram realizadas em torno dessa categoria.

3.2.3 Espaço

²⁷ Por uma questão de ética e privacidade não indicamos o número de telefone indicado pelo usuário.

Greimas e Courtés (1979, p. 98) explicam que a debreagem na categoria de espaço configura:

[...] um procedimento que tem por efeito expulsar da instância da enunciação o termo *não-aqui* da categoria espacial e lançar assim, ao mesmo tempo, os fundamentos tanto do espaço “objetivo” do enunciado (o espaço de *alhures*) quanto o espaço original - que só é reconhecível como pressuposição tópica da enunciação. Se se considera o espaço de *alhures* como um espaço enuncivo, vê-se que a projeção do termo *aqui*, que simula o lugar da enunciação, é igualmente possível, e que a partir dessa posição pode ser constituído um espaço de *aqui*, de ordem enunciativa. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p.98, grifos dos autores).

O espaço, como categoria de debreagem, pode não ser um espaço necessariamente físico e do tempo presente da enunciação, e comporta, por exemplo, outros espaços de outros tempos como visto na descrição seguinte de enunciado de um exemplar de perfil do *corpus*:

[...]-Tô aqui pela minha pesquisa em aplicativos e redes sociais de relacionamento. Se você quiser me responder algumas perguntas de maneira sigilosa, vai me ajudar demais!
-Se não quiser participar da pesquisa e me achar interessante, me chama pruns lanche, prum litrão, jogar baralho ou alguma balada que eu possa sentar [...] (PERFIL 70, 2019).

O espaço ao qual o sujeito, debreado em um *eu* narrador, se refere são dois: o primeiro o espaço do ambiente digital da alocação do perfil, que é o próprio suporte da plataforma. Ambiente ao qual podemos falar de debreagem espacial enunciativa, implícita, e que serve de figura para o *aqui*. E o segundo são os espaços fora do *aqui*, que seriam o *lá*, um *lá* figurativizado pelos espaços nos quais se comerá um lanche, o litrão poderá ser tomado, o baralho jogado e pode ser, ou não ser, necessariamente na balada na qual haverá lugar para sentar (PERFIL 70). Ambos os espaços estão figurativizados de modos diferentes, o que indica a debreagem de espaço da enunciação no enunciado. Para Fiorin (2016, p. 234) o espaço, como categoria de debreagem, comporta duas modalidades, a saber, o linguístico e o tópico: "No espaço linguístico propriamente dito, não se estabelecem nem posições determinadas, nem movimentos numa dada coordenada do espaço geométrico, mas apenas o espaço dos actantes da enunciação em relação ao do enunciado." (FIORIN, 2016, p. 234). O espaço linguístico é o espaço no qual não ocorre direcionamento espacial determinando onde e quando o espaço está situado em algum espaço figurativizado. É um espaço em relação aos acontecimentos da enunciação perante a narração do enunciado.

Sendo assim, no perfil 70, o que pode ser entendido por meio do *aqui* e do *lá* da descrição consiste que: o *aqui* é um espaço digital e o *lá* é um espaço de lazer.

O outro espaço caracterizado para Fiorin (2016, p. 234) é o espaço tópico no qual: “[...] os corpos são dispostos em relação a um ponto de referência, segundo um determinado ponto de vista, isto é, uma dada categoria espacial. Isso permite estabelecer a posição do corpo ou da direcionalidade de seu movimento com base numa das dimensões do espaço.” (FIORIN, 2016, p. 234). É um espaço debruado que possui referência ante algum posicionamento gráfico a partir do qual direções podem ser tomadas. Como à direita, ou à esquerda, ou acima, ou abaixo a um ponto referencial.

Assim, vistas as modalidades de embreagens e suas categorias, podemos especificar que a debruagem enunciativa e a enunciativa criam, em princípio, dois grandes efeitos de sentido: de subjetividade e de objetividade. (FIORIN, 2016, p. 46). A eliminação das marcas de enunciação do enunciado faz com o que discurso não seja situado na pessoa, tempo e espaço reconhecíveis como subjetivos (FIORIN, 2016, p. 46). Desse modo, os perfis são enunciados de efeitos tanto de subjetividade quanto de objetividade, e podem instituir gêneros de estilo atípicos de descrição da autoimagem que se assemelham à publicidade e à propaganda até chegar à forma de uma receita culinária.

Arrematamos, no contexto do *Tinder*, que as debruagens e as embreagens criam efeitos de sentido que são realizados a fim de tornar a apresentação crível e congruente. São efeitos de sentido que estão conjugados com a estratégia de persuasão contratual do nível narrativo na qual ocorrem mudanças de estado e transformação da narratividade, entre sujeitos e objeto e/ou sujeitos/sujeitos e que encontram o último respaldo no nível discursivo e seus atores do discurso.

3.3 Actorialização e figurativização

Durante a narratividade os sujeitos actantes do nível narrativo desempenham suas funções e na sintaxe do próximo nível, o nível discursivo, serão actorializados com um papel actancial e um papel temático desempenhados dentro dos enunciados (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 12).

Na actorialização, temos que os atores desempenham seu papel actancial e seu papel temático dentro do escopo da competência que lhes foi dada durante o percurso da manipulação. Como cada perfil tem um contrato próprio com seu destinatário do percurso manipulativo, os sujeitos actantes desempenham determinadas ações que os levam a realizar as transformações

da narratividade. Tais transformações podem ser vistas, no nível discursivo, com os atores dos discursos do enunciado.

No dicionário, o verbete *actante* recebe de Greimas e Courtés (1979, p. 13) a seguinte apresentação:

No interior do discurso enunciado distinguir-se-ão, tipologicamente: a) actantes da comunicação (ou da enunciação*), que são o narrador* e o narratário, mas também o interlocutor* e o interlocutário (que participam da estrutura da interlocução de segundo grau que é o diálogo*); b) actantes da narração (ou do enunciado*): sujeito/objeto, destinador/destinatário; do ponto de vista gramatical, oporemos aqui actantes sintáxicos (inscritos em um programa* narrativo dado), tais como sujeito de estado* e sujeito do fazer* de um determinado percurso narrativo*; no que tange às duas dimensões* discerníveis nos discursos, distinguiremos, por exemplo, sujeitos pragmáticos* e sujeitos cognitivos* (estes últimos surgindo quer em sincretismo com os sujeitos pragmáticos, quer como atores autônomos, no caso do informante* por exemplo, quer reconhecíveis pelo menos como posições implícitas, com o actante observador*). Levando-se em conta o papel que ele desempenha, ao nível da semântica discursiva, graças ao procedimento da figurativização*, diremos que o actante é individual, dual ou coletivo (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 13).

Temos, como explicado, três tipos de actantes. O actante da comunicação, que são os sujeitos debruados em *vozes narradoras*, que participam das mudanças e transformações que ocorrem no nível discursivo do texto. Os actantes da narração que são organizadores das relações que o texto engendra, é quem/o que realiza as funções ditadas pelas regras de organização de como as relações funcionam. E, por último, os actantes sintáxicos que são da ordem do programa narrativo. Esses actantes não estão figurativizados, são actantes que desempenham ações em determinados papéis estruturais que modificam outros actantes e estados e realizam, quando se trata de um programa narrativo, funções.

Quando investidos de temas e figuras, os actantes do nível narrativo são atores do discurso debruagens, actorializados e figurativizados de características que simulam a vida natural quanto ao seu caráter de funcionamento e de conteúdos no nível discursivo.

Greimas e Courtés (1979, p. 14) definem a actorialização da seguinte maneira:

Com a temporalização* e a espacialização*, a actorialização é um dos componentes da discursivização* que está fundada, como aquelas outras duas, sobre a ativação das operações de debruagem* e de embreagem*. O que caracteriza o procedimento da actorialização é o fato de visar a instituir os atores* do discurso pela reunião dos diferentes elementos dos componentes semântico e sintáxico. Esses dois componentes, sintáxico e semântico, podem ser analisados separadamente, e como desenvolvem, no plano discursivo, seus percursos (actancial e temático) de modo autônomo, a reunião termo a termo de pelo menos um papel actancial* com pelo menos um papel temático* constitui os atores, que se dotam, desse modo e ao mesmo tempo, de um *modus operandi* e de um *modus essendi*. (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 14, grifos dos autores).

O enunciado do perfil tem muitas combinações diversificadas da actorialização. Alguns perfis são figurativizados em extraterrestes; em animais, como um cão; casais e outros seres como unicórnios e bichos de pelúcia. As variações da actorialização narrativa são a porção mais superficialmente visível do nível discursivo dos perfis. Os atores que participam do discurso são infinitos. E para entender o que é o ator no discurso temos que:

Obtido pelos procedimentos de debragem* (*débrayage*) e de embreagem* — que remetem diretamente à instância de enunciação* —, o ator é uma unidade lexical, de tipo nominal, que, inscrita no discurso, pode receber, no momento de sua manifestação, investimentos* de sintaxe* narrativa de superfície e de semântica* discursiva. Seu conteúdo semântico próprio parece consistir essencialmente na presença do sema individualização* que se faz aparecer como figura* autônoma do universo semiótico. O ator pode ser **individual** (Pedro) ou **coletivo** (a multidão), **figurativo*** (antropomorfo ou zoomorfo) ou **não-figurativo** (o destino). A individuação de um ator marca-se freqüentemente pela atribuição de um nome próprio, sem que tal coisa constitua, em si mesma, a condição *sine qua non* da sua existência (um papel temático* qualquer, “o pai” por exemplo, muitas vezes serve de denominação do ator); a onomástica*, que se inscreve na semântica discursiva, é, desse modo, complementar à actorialização* (um dos procedimentos da sintaxe* discursiva). (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 34, grifos dos autores).

É pela diferença existente entre os conceitos de ator, do nível discursivo, e de actante, do nível narrativo, que o ator pode ser confundido com o papel actancial, mas lembramos que o papel actancial e a actorialização são domínios que desempenham funções diferentes. O papel actancial é o exercício dos modos das relações e o ator é o conteúdo semântico investido no papel actancial. Por isso, o ator do discurso é definido como: “[...]o lugar de convergência e de investimento dos dois componentes, sintáxico e semântico.” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p.34). O ator é uma instância na qual estão presentes as normas organizadoras das relações com outros elementos do nível narrativo e, também, os conteúdos de sentido investidos de figurativizações da semântica discursiva.

Dessa forma, os autores explicam que o ator: “[...] deve ser portador de pelo menos um papel actancial e de no mínimo um papel temático.” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 34). O que quer dizer que o ator deve ter uma função, papel, dentro da narratividade e que desempenhe, ou mais adequadamente, *encene*, um tema com as funções desempenhadas como sujeito competente. Sobre o papel temático, podemos, também, entender que um tema seja visto através das ações semânticas realizadas pelo ator. Como os atores são discursivizados a partir de propósitos manipulativos da temática da conquista, o papel temático pode ser sintetizado pelo *papel temático do conquistador* (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 453) para o texto do perfil do *Tinder*.

O papel do conquistador é o papel que converge os objetivos de conquista da paquera *on-line*: conhecer pessoas, seja para fazer amigos, ter encontros sexuais esporádicos ou conseguir um grande amor. As *debreagens* figurativizadas encarnam esse papel. A encarnação do papel temático, no nosso caso a encarnação semântica, é para Barros (2001, p. 117, grifo da autora): “[...] a instalação pura e simples das figuras semióticas, ou seja, a passagem do tema à figura, e *iconização*, seu revestimento exaustivo com a finalidade de produzir ilusão referencial.”. São as figuras que reiteram, ilusoriamente, a veracidade do contrato fiduciário, para parecer ser verdadeiro (BARROS, 2001, p. 94), e tornar o enunciado um discurso crível e coerente dentro de seu percurso.

Na *actorialização*, os atores desempenham seu papel *actancial* e seu papel temático dentro do *desígnio* da competência que lhes foi dada, sendo assim, as especificidades do aplicativo não permitem acesso à *performance* da modalização dos *actantes* destinatários. Os sujeitos que aceitam o contrato fiduciário e se modificam no percurso da manipulação não participam do discurso. Ou seja, o sujeito destinatário-manipulado é mencionado, porém, está ausente.

Assim, percebemos que as ações encenadas pelos atores do discurso é uma vida pressuposta como referente ao mundo natural. Não se trata da vida fatural como a vivemos por ser uma *disjunção* projetada do sujeito da enunciação. Os atores do discurso, mesmo que tidos como um *decalque* da imagem de um ser que seja atraente para alguém, são seres de existência na linguagem enquanto enunciado, e com a ausência do sujeito destinatário-manipulado no texto, não saberemos qual é a *performance* realizada pela competência do *destinador-manipulador*.

3.4 Texto sincrético

O perfil é a produção verbal, visual, ou sincrética de um conjunto de elementos devidamente *debreados* que causam efeitos de sentido que circulam na plataforma e suas interações. Na semiótica discursiva o conceito de enunciado sincrético é como o produto resultante de um agrupamento de textos que possuem outras linguagens sobrepostas, como a linguagem audiovisual, linguagem gestual, linguagem musical e linguagem sonora que formam um enunciado de linguagens sincréticas (MÉDOLA, 2009, p. 402).

Para Médola (2009, p. 401), “o termo “sincrético”, na expressão semiótica sincrética, designa os textos constituídos pela utilização de duas ou mais linguagens de manifestação que interagem, formando um todo de significação”. São sistemas de códigos diferentes que

organizam o sentido por meio das relações estabelecidas e ordenam suas regras de compreensão.

Essas relações são percebidas pela capacidade sensível de apreender os planos de expressão e planos de conteúdo que são as estruturas fundamentadas em forma e substância, de acordo com Hjelmslev (1975).

O perfil é um texto sincrético por possuir elementos verbais e elementos visuais conjugados em um espaço que delimita a sua compreensão como um texto único: as camadas de palavras e imagens estão juntas na trama das relações de sentido. *Grosso modo*, a unicidade do texto dá-se pela via da sintaxe, que são as regras que ordenam e normatizam quais são os termos e como esses termos se relacionam em um texto. Assim, é pela semântica que os sentidos são alçados por meio da organização sintática do texto. Sendo a sintaxe parte do universo da forma e a semântica parte do universo do conteúdo, temos que um não pode existir sem o outro para produzir sentidos, caso contrário é forma sem conteúdo, forma vazada de sentido e conteúdo sem forma, um conteúdo amorfo e sem possibilidade de atingir a percepção ordenada.

Para que o texto seja sincrético é preciso que a enunciação seja realizada por um mesmo enunciador, caso contrário temos linguagens justapostas. Sobre o enunciador do texto sincrético, Fiorin (2009, p. 38) explica que:

Se houvesse uma enunciação para cada linguagem, o resultado seria colocar uma linguagem ao lado da outra, sem que houvesse uma superposição da forma da expressão e, por conseguinte, sem que dela resultasse um sincretismo. Ao contrário, temos uma única enunciação sincrética, realizada por um mesmo enunciador, que recorre a uma pluralidade de linguagens de manifestação para constituir um texto sincrético. (FIORIN, 2009, p. 38)

Para Fiorin “Nas semióticas sincréticas, o sincretismo não é somente do conteúdo, mas é também da forma da expressão. Nos textos não sincréticos, a cada forma da expressão corresponde uma substância de expressão” (FIORIN, 2009, p. 37). O autor explica que os planos de conteúdo só podem se manifestar por meio de um plano de expressão: “No momento em que, no simulacro metodológico, temos a junção do plano de conteúdo com um plano de expressão, ocorre a textualização. O texto é, assim, uma unidade que se dirige para a manifestação.” (FIORIN, 2012, p. 22). Isto posto, o texto como conteúdo manifestado abriga as figurativizações discursivas, as etapas dos programas narrativos e a oposição de base fundamental.

Os programas narrativos podem ser investidos de arranjos variados quanto à temática das mudanças de estado que alteram a relação entre os sujeitos e o objetos-valor desejados das

relações de conjunção e disjunção. Dessa forma, o tema da mudança de estado pode ser figurativizado de diferentes maneiras (FIORIN, 2012, p. 21): diferentes vozes narrativas, diferentes debreagens do enunciador e diferentes modos de causar a transformação da relação de junção entre o sujeito e o objeto-valor nas linguagens envolvidas. E é exatamente esses componentes que queremos investigar nos textos do *corpus*.

4. METODOLOGIA

4.1 As especificidades do perfil do Tinder e os procedimentos de análise

O *Tinder* preserva através da linguagem da mídia a autoimagem que o usuário faz de si mesmo. Porém, a autoimagem não se restringe ao usuário; nesse caso, a autoimagem é mostrada para um outro. Um outro a quem o objetivo dado é o de curtir/dar *Like* no perfil apresentado.

No perfil, a figurativização do sujeito que é gerado, o sujeito da linguagem que se inscreve e diz sobre si, pode revelar verdades que são da própria linguagem, como por exemplo, a característica de ser misterioso. A ocultação parcial da face, ou do corpo, sugere um sujeito misterioso, mesmo que o usuário não seja uma pessoa misteriosa. Ou seja, os efeitos de sentido trazem um modo de descrição da autoimagem que escapam à correspondência da vida natural.

O que está escrito no perfil é parte da interação mediatizada que as pessoas tecem ao descrever sobre si mesmas para conhecer pretendentes com os quais desejam se relacionar. Logo, os perfis exprimem uma edição da realidade com uma ordenação de fatos ou acontecimentos, cronológicos ou não, que não são aleatórios.

Vejamos o seguinte enunciado: “De BH. nada a dizer só me conhecendo pra saber” (PERFIL 39, 2019). Há nesse enunciado uma escolha redutiva na qual a informação está contida em duas frases. A organização das figurativizações e debreagens é possível por uma edição em duas linhas, em contraposição, outros enunciados do *corpus* são mais generosos e possuem até símbolo de signo do zodíaco. Ocorre que entre o mínimo de zero caracteres e o máximo de 500 caracteres, os enunciados veiculados no aplicativo *Tinder* possuem caráter persuasivo.

É o caráter persuasivo conjugado às figurativizações da linguagem visual que permitem o texto ser suficientemente convincente. O sujeito actante conduz a idealização do enunciatário na narrativa e encontra sustento nas técnicas de edição do usuário-autor: as informações dadas são selecionadas ante uma gama de possibilidades infinitas para se apresentar e organizar um *éthos* sedutor. Dessa forma, as debreagens em primeira pessoa do singular ou primeira pessoa do plural conferem um valor de verdade subjetiva decisiva para o que está escrito.

A comunicação persuasiva do perfil possui artifícios, mais ou menos sofisticados, usados de acordo com as técnicas e recursos estilísticos disponíveis para compor o texto. O relato de suposta não-ficção utiliza recursos narrativos e, também, os da própria mídia como os *emojis*, as imagens, as fotografias digitais e os textos verbais. Para a figurativização, a imagem acoplada ao sujeito actante verbal estabelece o que não está presente no texto escrito, ou seja, preenche as lacunas de sentido que estão incutidas nas debruagens da linguagem verbal. Desse modo, o usuário é levado a acreditar que as informações são naturais como estão descritas; essa crença é o contrato tácito de que os efeitos de sentido são parte daquele contexto e estão presentes nos perfis como decalque da realidade.

Os perfis como um modo de micronarratividade visam, nas relações amorosas e sexuais, a chance de dizer sobre si para tornar possível a expressão da autoimagem e das preferências íntimas. Narrar a si mesmo depende de *como* a narração é arquitetada para um outro. O perfil narrado, mesmo que sem rebuscamento e complexidade na forma, é endereçado a um outro sujeito. Ocorre que no perfil, assim como na carta²⁸, há a necessidade de diminuir o afastamento da ausência do outro.

Landowski (1995, p. 249) comenta sobre a distância entre o enunciador e o enunciatário a seguir:

A primeira verdade é perfeitamente óbvia: se não estivessem os correspondentes fisicamente *a certa distância* um do outro, não haveria nenhum motivo para eles se escreverem. Daí decorre, deve-se supor, o fato de tantas cartas, especialmente na sua versão do tipo sentimental, não terem outro objetivo que, precisamente, pretender neutralizar o afastamento – doloroso por definição, desde que vivido como *ausência* do outro – que separa aquele (ou aquela) eu-que-está-escrevendo (o enunciador) daquela (ou daquele) outrem-a-quem-se-dirige (seu enunciatário). Contudo, porquanto, a lei da correspondência exige a troca regular das posições respectivas entre parceiros, o receptor terá que assumir logo, por sua vez, a parte ativa de emissor – o emissor inicial, correlativamente, passando então ao estado do sujeito da espera: que chegue a resposta, que venha o outro! (LANDOWSKI, 1995, p. 249, grifos do autor).

O perfil e a carta guardam a característica da distância entre enunciador e enunciatário. Haverá sempre a ausência desse outro que está sendo procurado e interpelado à comunicação e à interação. Porém, diferente da carta, na qual o sujeito a quem se dirige é um sujeito já conhecido e está ausente, no perfil do *Tinder* a ausência é a de um sujeito a quem se quer conhecer. É por isso, por esse sujeito a quem se quer conhecer, que o fazer discursivo do perfil esculpe a persuasão de um outro pelo percurso da manipulação narrativa e seus actantes. Seja

²⁸ Prefácio realizado por Algirdas J. Greimas em GREIMAS, A.J. “*Préface*” à CALAME, C e VÉLEZ SERRANO, L. (Eds) *La lettre: approches sémiotique*. Fribourg: Editions universitaires de Fribourg, 1988, p.5-7.

a persuasão de um actante a fim de produzir sentidos, seja o outro, o outro usuário que emita a sua resposta de aprovação com um *Like*. O fazer discursivo do perfil, assim como na carta, é “mandar *um pouco de si* através do espaço” (LANDOWSKI, 1995, p. 249).

O enunciado do perfil é parte desse processo de se enviar virtualmente no espaço digital. O usuário que descreve a si mesmo com a intenção de chamar atenção de alguém também se faz querer ser encontrado na plataforma. Quem é procurado está registrado na plataforma e possui um perfil, caso contrário não seria possível participar do aplicativo. Sendo assim, quem procura está disposto a ser procurado.

A convocação de um outro sujeito pelo texto não garante que haverá correspondência e muito menos a correspondência desejada. É um processo tentativo e não um resultado já previamente vitorioso. Indica Landowski (1995, p. 251) que por mais íntimo que o diálogo seja, não está garantido que “sejam realmente os sujeitos que comunicam – ou que comungam – num mesmo ato de presença a si através do outro, e não os seus simulacros que somente o fingem, ou simplesmente a língua que se está falando através deles.”. E é assim que a persuasão dos textos do perfil se direciona para o percurso da manipulação de um *tu* ausente de um *eu*. Por conseguinte, o sujeito enunciatário é implicado no texto, mas de uma maneira não dialógica: são as debreagens que fixam o enunciatário como uma presença no discurso.

As debreagens das linguagens do texto sincrético ajustam se aos conteúdos veiculados em um jogo de palavra e imagem. O enunciado pode se apresentar com uma linguagem pessoal do usuário, como por exemplo, que está incutida nos signos utilizados, no modo de concatenar os fatos, no uso de determinadas imagens e fotos em detrimento de outras e possuir referências que dialogam com outros tipos de textos. Consequentemente, o ato de descrever-se para se apresentar a um outro no *Tinder* possibilita observar os usos da linguagem e não apenas a sociedade interagindo com seus pares e os indivíduos consigo mesmos.

Para analisar a linguagem dos textos sincréticos, tomemos como exemplo metodológico o caminho percorrido por Médola (2009, p. 412). A autora utiliza o seguinte procedimento de estudo de um texto audiovisual, uma propaganda para conscientização do uso de drogas, veiculada na televisão: “1. análise do plano de conteúdo, exemplificação das relações de dependência entre grandezas semióticas e o estabelecimento de categorias;” (MÉDOLA, 2009, p. 412). Vemos que Médola (2009, p. 412) parte de um conjunto de ideias que está expresso na campanha para encontrar em quais categorias essas ideias estão balizadas nas linguagens encontradas nos textos-objeto. Prossegue com “2. análise do plano da expressão, exemplificação das relações de dependência entre os formantes e o estabelecimento categoriais;” (MÉDOLA, 2009, p. 412). A partir do plano de conteúdo, Médola (2009, p. 412)

segue a orientação do próprio objeto e refaz, com as devidas adaptações entre os construtos de que dispõem o plano, a análise do plano de expressão assim como fez com o plano de conteúdo. Por fim, “3. explicitação do caráter isomórfico nos dois planos da linguagem.” (MÉDOLA, 2009, p. 412) que é a costura entre os planos de conteúdo e expressão e como se dão as interações das linguagens, em termos de semelhanças e diferenças e as relações empreendidas entre as interações no sincretismo. No caso do texto-objeto de Médola (2009, p. 411) tratava-se de uma campanha com recursos de áudio, imagens em movimento, gestos e escrita verbal.

Tais procedimentos convergem com as especificidades da linguagem sincrética do perfil: a linguagem verbovisual está interligada, mas é apresentada em dois blocos diferentes na tela: um para a verbal e outro para a visual. Dessa forma, a proposta de Médola (2009, p. 402) é adequada porque “[...] é a identificação de mecanismos articuladores do sincretismo de linguagens [...]” pelos quais busca-se por “[...] recorrências na textualização para chegar aos procedimentos enunciativos estruturais que põem os diferentes sistemas semióticos em relação.” (MÉDOLA, 2009, p. 402). Esses mecanismos articuladores são os indicadores que permitem analisar o perfil com a devida especificidade que o objeto possui.

Para realizar a análise do *corpus* os procedimentos a serem seguidos são:

1. Separação e filtragem da amostra;
2. análise do plano de expressão e suas relações;
3. análise do plano de conteúdo e suas relações, reconhecimento das figurativizações discursivas, identificação da tipologia das debreagens encontradas, dos percursos de manipulação e sua tipologia e da oposição fundamental;
4. agrupamento de todas as categorias para a compreensão do sentido.

Com esse protocolo geral de análise damos início a coleta da amostra para selecionar e filtrar o *corpus*.

4.2 *Corpus*

A definição do *corpus* teve dois processos de coleta e seleção. O primeiro, uma coleta diária durante dez dias, na mesma faixa de horário²⁹ entre 21h30min e 22h. A regra estabelecida para o primeiro passo foi fazer capturas de tela de dez perfis em ordem cronológica de

²⁹ A melhor faixa de horário para entrar no aplicativo, é entre 21h e 22h. Disponível em: <https://m.tecmundo.com.br/amp/redes-sociais/94783-descubra-melhor-horario-usar-o-tinder.htm> Acesso em 16 de outubro de 2019.

aparecimento. O segundo foi a organização dos perfis mais representativos do grupo de 100 perfis coletados.

Para ter acesso aos enunciados de perfil criamos um perfil pesquisador por meio do cadastro do número de telefone pessoal da autora a fim de ter acesso à plataforma. O perfil criado não possui descrição textual nem imagens, portanto, é um perfil de estilo *apagado*, ou seja, que não está convidativo à interação e se adequa para a observação da pesquisa. Com esse perfil, entre os dias 09 de outubro de 2019, quarta-feira, e 18 de outubro de 2019, sexta-feira, foram reunidas dez unidades de perfis por dia. Para coletar a amostra o aplicativo era fechado e permanecia inutilizado até o horário entre 21h30min e 22h³⁰.

Os primeiros 20 perfis que apareciam na tela eram descartados. Esse descarte inicial foi a tentativa de burlar o algoritmo do aplicativo para que a amostra tivesse maior variedade. Em alguns dias o descarte contribuiu para maior diversidade, em outros não.

Em dados qualitativos, dos 100 perfis da amostra, temos quatro modalidades encontradas: 91 perfis de homens, sete perfis de mulheres, um de casal e um de grupo.

O *corpus* são os perfis mais representativos dessa amostra inicial e foi recortado pela escolha dos perfis mais significativos dentro das categorias de filtragem dos conteúdos encontrados. Ser significativo, de acordo com os critérios escolhidos, é cumprir o máximo de categorias ou descumprir o máximo de categorias. Dessa forma temos dois exemplos antagônicos de como o usuário pode se comportar quanto ao uso das ferramentas disponíveis: primeiro em uma linguagem sincrética e segundo em uma linguagem somente verbal ou somente visual. Como não encontramos perfis de linguagem somente verbal, os perfis de mínimas categóricas são de linguagem somente visual.

Em nossa metodologia optamos por realizar algumas restrições nas ferramentas de busca a fim de tornar a pesquisa exequível com uma análise coesa e que responda ao problema:

Qual é o éthos do perfil do aplicativo Tinder?

Para sermos fidedignos à resolução, alguns procedimentos foram realizados. Quanto às configurações do aplicativo, as resoluções foram: utilizar a versão gratuita disponível, ou seja,

³⁰ Encontramos um primeiro dado do melhor horário para uso do aplicativo entre 21h e 22h traduzido em português e em um site brasileiro. No entanto, fomos a fonte oficial, no site da empresa de pesquisa de mercado Nielsen, e vimos que a faixa de horário possui dois pontos que foram considerados: o primeiro é que a partir das 20h os usuários do *Tinder* atingem seu pico e que esse pico se estende até às 23h. E segundo que a pesquisa concentra-se em âmbito local da população estadunidense. O horário de coleta foi definido a partir dos dados encontrados nessas pesquisas empíricas. Como obtivemos duas fontes com horários díspares, consideramos que o horário de coleta seria entre 21h30min e 22h para contemplar uma média entre os dois dados. Disponível em: <https://m.tecmundo.com.br/amp/redes-sociais/94783-descubra-melhor-horario-usar-o-tinder.htm>. Acesso em 27 de dezembro de 2019. Disponível em: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2016/got-a-minute-how-our-use-of-communication-apps-changes-by-the-hour/>. Acesso em 27 de dezembro de 2019.

tal decisão implica a exclusão de alguns recursos, a saber: *Boosts*, curtidas ilimitadas, Curtiu você, Passaporte, *SuperLikes*, Voltar, tornar invisível a idade e a localização atual. Não ter tais recursos disponíveis não muda o resultado da pesquisa quanto aos objetivos de identificar, categorizar e analisar quais são as estratégias de persuasão dos sujeitos actantes presentes no texto.

Quanto às ferramentas de busca do próprio perfil, optamos por restringir a localização do perfil pesquisador à cidade de Belo Horizonte, porque não dispúnhamos do recurso do Passaporte ao escolher a versão gratuita do aplicativo. As buscas foram limitadas em um raio de até 15km a partir do ponto de localização do perfil pesquisador. Salientamos que para a coleta não sofrer alterações drásticas, a localização inicial do perfil pesquisador foi mantida a mesma em todos os dias de coleta. Isto é, o mesmo ponto de geolocalização e a mesma faixa de horário permaneceram constantes durante os dez dias de coleta da amostra.

Na categoria de orientação sexual para a busca, explicamos que temos acesso somente às restrições que optamos por utilizar. O perfil pesquisador é de gênero feminino em busca de homens e mulheres e não possui definição de orientação sexual explícita. Por mais que o perfil pesquisador tenha sido disponibilizado na plataforma para ser mostrado a todos, ou seja, às usuárias e aos usuários e suas diferentes orientações e diversidades de gênero, não temos acesso às preferências de buscas que foram escolhidas pelos outros participantes. Como exemplo, dentre os sete perfis femininos coletados, apenas um se explicita como de orientação homossexual. Os demais, por mais que tenham sido buscados por meio de um perfil de gênero identificado como o de uma mulher, não se identificam explicitamente como de orientação homossexual. Dessa forma, não sabemos se são homens e mulheres bissexuais, homossexuais, heterossexuais e demais possibilidades de orientação sexual que venham a existir caso os usuários não se expressem sobre a própria orientação sexual no espaço de descrição.

Em relação ao gênero, escolhemos a busca pelos gêneros de homens e mulheres. Se pensarmos no gênero como uma categoria tipológica do perfil, mesmo com apenas dois gêneros disponíveis³¹ para buscas, encontramos mais duas modalidades tipológicas: o de casal e o de grupo. Devemos lembrar que mesmo que sejam de tipologias diferentes, ainda assim, durante o registro do perfil na plataforma, o gênero escolhido é o de homem ou mulher como previsto pelos fabricantes do aplicativo.

³¹ O aplicativo disponibilizou nove opções de gênero para sete países em junho de 2019, mas o Brasil não estava incluído na lista. Disponível em: <https://observatoriog.bol.uol.com.br/noticias/2019/06/nova-versao-do-tinder-vai-contar-com-9-opcoes-de-orientacao-sexual>. Acesso em 30 de dezembro de 2019.

No que se refere à idade dos usuários buscados utilizamos os limites de idade das faixas de idades de uma pirâmide etária. De acordo com os dados do IBGE (2019) a população adulta brasileira se insere entre os 20 anos e os 59 anos. Apoiado a esses dados, a configuração das ferramentas de buscas do perfil pesquisador finalizou-se com o nome de Marcelle, 30 anos, gênero mulher, que busca os gêneros de homens e mulheres de faixa etária entre 20 e 60 anos, em um raio de distância de até 15Km na cidade de Belo Horizonte em Minas Gerais como vemos no quadro a seguir:

QUADRO 2 – DADOS DO PERFIL PESQUISADOR

PERFIL PESQUISADOR	
Nome	Marcelle
Idade	30 anos
Gênero	Mulher
Localização	Belo Horizonte
Distância	15km
Buscas	Homens e mulheres entre 20 e 60 anos

Fonte: elaboração da autora (2019).

Com esse perfil pesquisador observador, que não possui informações adicionais de texto ou de imagem, fizemos a coleta dos 100 perfis da amostra.

Para categorizar o que queríamos saber dos 100 perfis, fizemos uma ficha de observação básica e geral dos conteúdos que foram sendo encontrados enquanto fazíamos a leitura das informações:

QUADRO 3 – CATEGORIAS ENCONTRADAS NOS PERFIS

DADOS E CONTEÚDOS DO PERFIL DO TINDER	
1) Nome	13) Times esportivos citados
2) Gênero	14) Profissão
3) Orientação sexual	15) Instituição de ensino
4) Idade	16) Título acadêmico
5) Distância	17) Signo do zodíaco
6) Localização	18) Quantidade de imagens do tipo <i>selfies</i>
7) Idiomas no corpo da descrição	19) Acessórios aparentes
8) Número de integrantes	20) Presença e espécie de animais
9) Número de imagens	21) Presença e espécie de plantas

10) Linguagem	22) Presença e tipos de paisagens
11) Número de linhas utilizadas	23) Foco da comunicação da imagem
12) Número de caracteres grafados	

Fonte: elaboração da autora (2019).

As categorias primárias se dispuseram em: nome, gênero, orientação sexual, idade, distância, localização, idiomas³², número de integrantes, número de imagens, linguagem utilizada (verbal, *emoji* ou *emoticon*), número de linhas utilizadas e quantos eram os caracteres grafados no corpo do espaço de descrição. Com esses dados foi possível organizar uma tabela inaugural e avançar para dados mais específicos.

Ao passo que encontramos informações adicionais às categorias primárias, criamos mais categorias específicas em relação aos conteúdos gerais encontrados nos textos verbovisuais. As categorias adicionais em relação aos textos foram: times esportivos; profissão; instituição de ensino; título acadêmico; signo do zodíaco; quantidade de imagens do tipo *selfies*; acessórios aparentes; presença e espécie de animais; presença, espécie e enquadramento de plantas; predominância e tipos de paisagens e por fim foco de comunicação da imagem.

Os perfis da amostra N=100 foram avaliados quanto as categorias encontradas. Todos os perfis cumpriram alguma categoria do quatro 3. Aqueles que cumpriram mais categorias entraram para o grupo dos perfis de “máxima categórica”. Aqueles que cumpriram menos categorias entraram para o grupo dos perfis de “mínima categórica”. As categorias que mais se repetem entre os perfis são as seguintes: descrição verbal acima de 100 caracteres, descrição verbal acima de 11 linhas ocupadas, instituição de ensino, título acadêmico e número de imagens disponíveis.

A seguir temos as tabelas com as máximas categóricas encontradas para seleção dos perfis de gênero feminino e gênero masculino:

³² A categoria *Idioma* que é considerada para a categorização das características básicas e gerais encontradas nos perfis é o idioma utilizado no texto grafado no espaço que se destina aos 500 caracteres para a descrição com o uso palavras e de símbolos. Como percebemos que há a presença de outros idiomas na plataforma mesmo que estejamos restritos a um raio de 15km dentro da cidade de Belo Horizonte, não serão considerados dentro da análise final os que não estiverem no espaço de descrição devido a abrangência de palavras soltas e que caracterizam instituições, cargos e vínculos empregatícios e nomes de cidades e países.

QUADRO 4 – MÁXIMAS CATEGÓRICAS

CRITÉRIO 1 – DESCRIÇÃO VERBAL ACIMA DE 100 CARACTERES	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	5, 7, 8, 9, 10, 16, 20, 21, 22, 26, 27, 40, 42, 47, 52, 55, 63, 65, 66, 67, 70, 72, 76, 77, 87, 91, 94, 99, 100, 102
CRITÉRIO 2 – DESCRIÇÃO VERBAL ACIMA DE 11 LINHAS³³ OCUPADAS	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	5, 8, 9, 20, 21, 27, 40, 47, 52, 67, 70, 76, 91, 94, 100, 102
CRITÉRIO 3 – INSTITUIÇÃO DE ENSINO	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	4, 5, 6, 7, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 22, 25, 26, 28, 29, 31, 32, 33, 37, 40, 45, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 58, 61, 62, 64, 65, 66, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 80, 81, 83, 84, 85, 87, 88, 92, 94, 95, 96, 98, 100, 102, 104, 107, 111
CRITÉRIO 4 – TÍTULO ACADÊMICO	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 22, 23, 25, 26, 28, 29, 31, 32, 40, 41, 48, 51, 52, 58, 65, 67, 69, 70, 71, 72, 75, 77, 80, 81, 85, 86, 87, 92, 94, 96, 97, 100, 102, 107, 111
CRITÉRIO 5 – NÚMERO DE IMAGENS	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	6, 8, 20, 47, 55, 63, 69, 70, 75, 98, 100, 102

Fonte: elaboração da autora (2019).

Para contrapor as máximas categóricas da amostra, fizemos também as mínimas categóricas. As mínimas categóricas para o gênero femininos e masculino foram as seguintes:

³³ Para a definição do critério 2, “Descrição verbal acima de 11 linhas ocupadas”, utilizamos uma média comum entre o menor e o maior número de linhas ocupadas na amostra de 100 perfis. Como a média da soma de 0+21=10,5, decidimos arredondar o número de linhas para 11 a fim de tornar o processo de seleção mais viável de ser separado. Como o contexto que dispomos diz respeito ao conteúdo das linhas preenchidas, meia linha a mais não causa impacto na qualidade dos aspectos que analisamos.

QUADRO 5 – MÍNIMAS CATEGÓRICAS

CRITÉRIO 1 – DESCRIÇÃO VERBAL COM 0 CARACTERES GRAFADOS	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	17, 19, 23, 25, 28, 30, 32, 34, 36, 37, 38, 43, 45, 48, 50, 53, 59, 60, 61, 62, 64, 71, 74, 75, 81, 82, 84, 89, 92, 93, 95, 98, 103, 104, 105, 107, 108, 109, 111
CRITÉRIO 2 – DESCRIÇÃO VERBAL COM 0 NÚMEROS DE LINHAS OCUPADAS	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	17, 19, 23, 25, 28, 30, 32, 34, 36, 37, 38, 43, 45, 48, 50, 53, 59, 60, 61, 62, 64, 71, 74, 75, 81, 82, 84, 89, 92, 93, 95, 98, 103, 104, 105, 107, 108, 109, 111
CRITÉRIO 3 – INSTITUIÇÃO DE ENSINO NÃO MENCIONADA	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	3, 8, 9, 10, 19, 21, 23, 27, 30, 34, 36, 38, 39, 41, 42, 43, 44, 49, 54, 55, 56, 59, 60, 63, 67, 74, 76, 78, 82, 86, 89, 91, 93, 97, 99, 103, 105, 106, 108, 109, 110
CRITÉRIO 4 – TÍTULO ACADÊMICO NÃO MENCIONADO	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	9,10, 19, 21, 27, 30, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 42, 43, 44, 45, 47, 49, 50, 53, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 74, 76, 78, 82, 83, 84, 89, 91, 93, 95, 99, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 110
CRITÉRIO 5 – NÚMERO NULO DE IMAGENS	
NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO	17, 18, 28, 31, 37, 38, 50, 53, 60, 61, 71, 81, 83, 84, 92, 99, 103, 110, 111

Fonte: elaboração da autora (2019).

Como os perfis que se enquadravam nas mínimas categóricas tiveram diferenças expressivas, decidimos fazer a filtragem de cada gênero separadamente. Portanto, fizemos mais dois quadros, um para cada gênero, a fim de organizar precisamente as informações que dispúnhamos sobre os perfis que se encaixam como perfis que contém apenas a linguagem visual.

QUADRO 6 – MÍNIMAS CATEGÓRICAS DO GÊNERO MASCULINO
CRITÉRIOS

<ol style="list-style-type: none"> 1) Número de caracteres grafados na descrição verbal: 0 2) Número de linhas utilizadas na descrição verbal: 0 3) Instituição de ensino: não mencionada 4) Título acadêmico: não mencionado 5) Números de imagens: 0 ou 1
--

Fonte: elaboração da autora (2019).

QUADRO 7 – MÍNIMAS CATEGÓRICAS DO GÊNERO FEMININO
CRITÉRIOS

<ol style="list-style-type: none"> 1) Número de caracteres grafados na descrição verbal: 0 2) Número de linhas utilizadas na descrição verbal: 0 3) Instituição de ensino: não mencionado 4) Título acadêmico: não mencionado 5) Números de imagens: 0 ou 1 6) Presença de animais: 0

Fonte: elaboração da autora (2019).

Percebemos, por meio dos quadros, que todos os perfis de gênero feminino mencionam instituição de ensino e título acadêmico.

O perfil de gênero feminino selecionado a partir das mínimas categóricas foi o perfil 111. Porém, ressaltamos que encontramos dois perfis viáveis a esta modalidade: o número 25 e o número 111. Selecionamos o perfil 111 por ser o perfil que se adequa as mesmas categorias encontradas para as mínimas categóricas do perfil de gênero masculino da mesma modalidade quanto ao uso de uma imagem. O perfil 25 não possui imagem e tal condição não é encontrada na mínima categórica do gênero masculino. Por uma questão de equidade de conteúdo dentro da modalidade optamos pelo uso do perfil 111.

De acordo com a repetição em todas as categorias, os perfis selecionados para o *corpus* foram: 17, 20, 39,60, 70, 76, 82, 110 e 111. Os critérios de desempate, quando ocorrido, foram os seguintes: signo do zodíaco, maior número de imagens do tipo *selfies*, time esportivo e presença de animais.

Depois de selecionados, renomeamos os perfis para resguardar a identidade dos usuários. Dessa forma o *corpus* é composto por nove unidades das quais temos: n=20: A sorridente; n=111: A sucinta; n=70: O pesquisador; n= 60: O carente; n=17: O casal e o

adjetivo; n=76: O grupo de amigos; n=39: A primeira versão do camaleão; n=82: A segunda versão do camaleão; n=110: A terceira versão do camaleão.

4.2.2 Protocolo de análise

Para a análise global dos perfis levamos em consideração o contexto de inserção das imagens no aplicativo, o texto verbovisual ou somente visual, e como as linguagens se relacionam.

Nossos objetivos de análise são: categorizar os perfis quanto ao tipo de conteúdo, identificar o modo narrativo utilizado para manipular, identificar as estratégias de persuasão e considerar as recorrências para julgar qual é o *éthos* do perfil do *Tinder*. O protocolo elaborado visa a execução das etapas anteriores do seguinte modo:

1. Análise do plano de expressão e suas relações;
2. análise do plano de conteúdo e suas relações: análise do nível discursivo e suas figurativizações; análise do nível narrativo e as categorias e tipologias de debreagens (pessoa, tempo e espaço) da enunciação; análise dos percursos de manipulação e suas tipologias (provocação/intimidação/sedução/tentação); análise do nível fundamental e a categoria abstrata de oposição;
3. agrupamento de todas as categorias para a compreensão do sentido.

O protocolo está descrito a seguir:

QUADRO 8 - PROTOCOLO DE ANÁLISE
PROTOCOLO DE ANÁLISE DOS PERFIS

QUADRO 8 - PROTOCOLO DE ANÁLISE PROTOCOLO DE ANÁLISE DOS PERFIS	
GERAL ³⁴	-Nome -Gênero -Idade -Palavras-chave que caracterizam o perfil quanto às linguagens utilizadas, o tipo de manipulação executada e quais são as debreagens da enunciação
PLANO DE EXPRESSÃO	-Paleta de cores usadas -Recursos utilizados para a composição -Disposição dos objetos na tela -Linguagens utilizadas

³⁴ Em nome do zelo pela privacidade dos usuários os dados gerais não são mencionados nessa pesquisa. Esses dados foram computados para o processo de separação e filtragem da amostra.

PLANO DE CONTEÚDO	-Número e temáticas das imagens -Disposição do(s) sujeito(s) e objetos nas imagens -Argumento do conteúdo -Características psicológicas e materiais descritas no perfil -Linguagem (modo e recorrência)
NÍVEL DISCURSIVO	-Indicação dos investimentos semânticos da figurativização -Relações dos atores do discurso
NÍVEL NARRATIVO	-Identificação e exposição dos sujeitos actantes
DEBREAGENS	-Identificação das debreagens de pessoa, tempo e espaço
PERCURSOS DA MANIPULAÇÃO	-Descrição do destinador-manipulador e destinatário-manipulado quanto à manipulação -Identificação do tipo de manipulação: provocação, intimidação, sedução e tentação.
NÍVEL FUNDAMENTAL	-Identificação dos elementos da oposição fundamental das categorias abstratas
AGRUPAMENTO DAS ANÁLISES ANTERIORES	-Quais são as relações entre palavra e imagem no texto verbovisual

Fonte: elaboração da autora (2019).

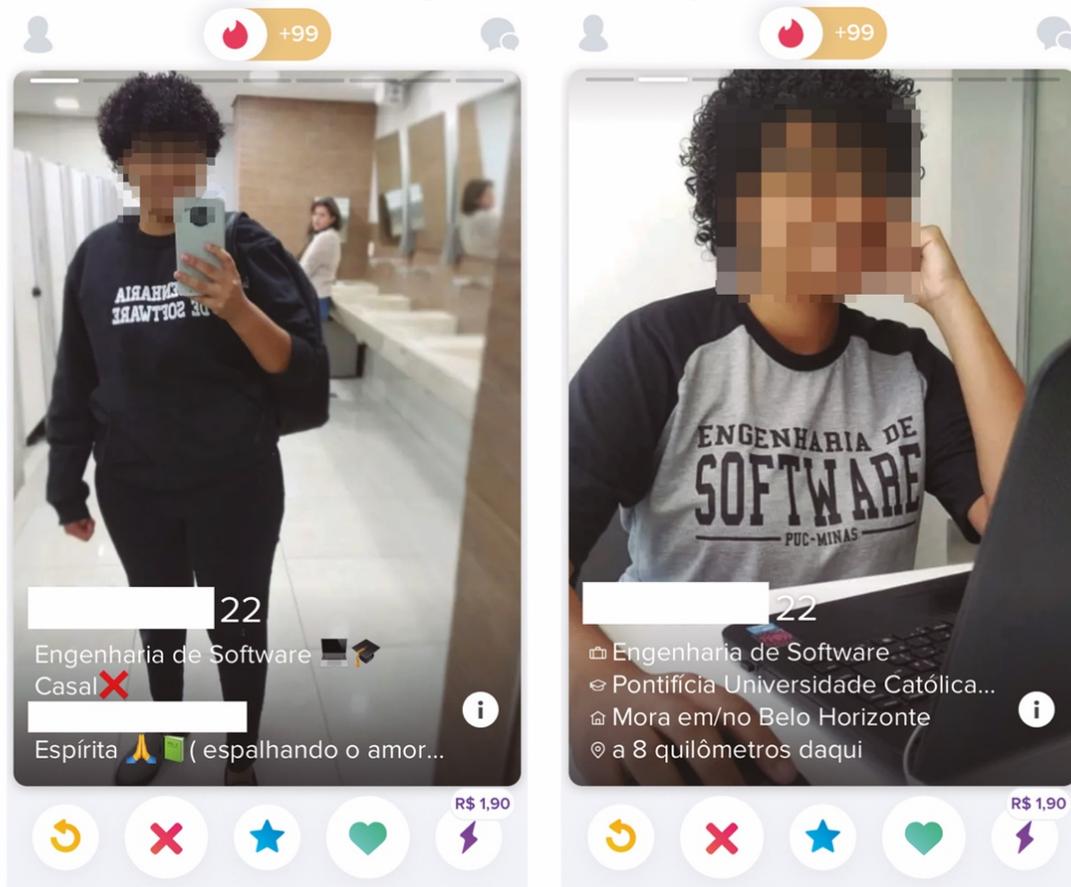
Visto o protocolo, vamos às análises³⁵ do *corpus*.

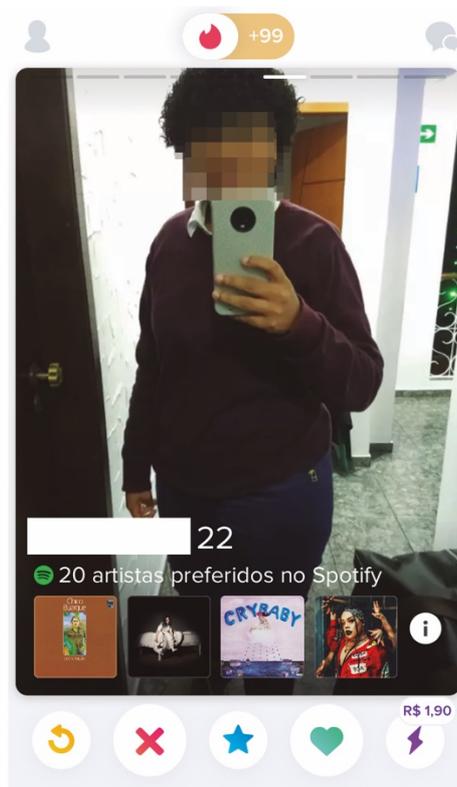
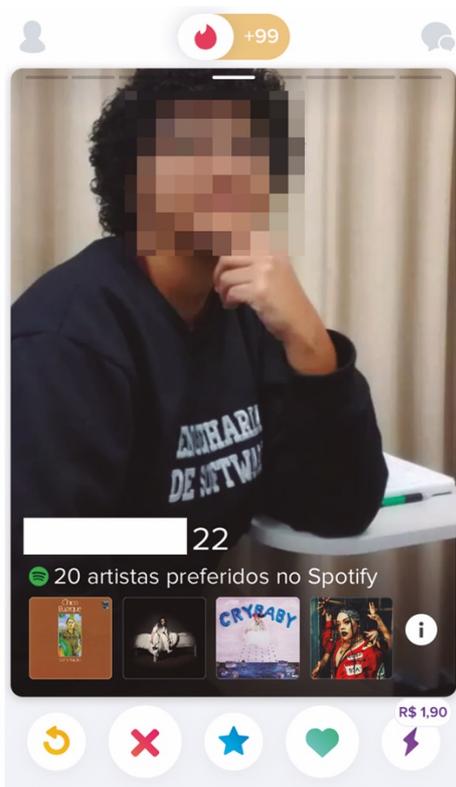
³⁵ Nas análises do *corpus* os números dos perfis excedem o numeral 100. Reforçamos que os números não estão equivocados em relação ao número de perfis coletados e explicamos que na tabela global de separação e filtragem algumas linhas foram utilizadas para identificar os dias e os horários de coleta e devido a isso a posição do perfil no quadro foi alterada. A alteração cardinal não implica danos às análises.

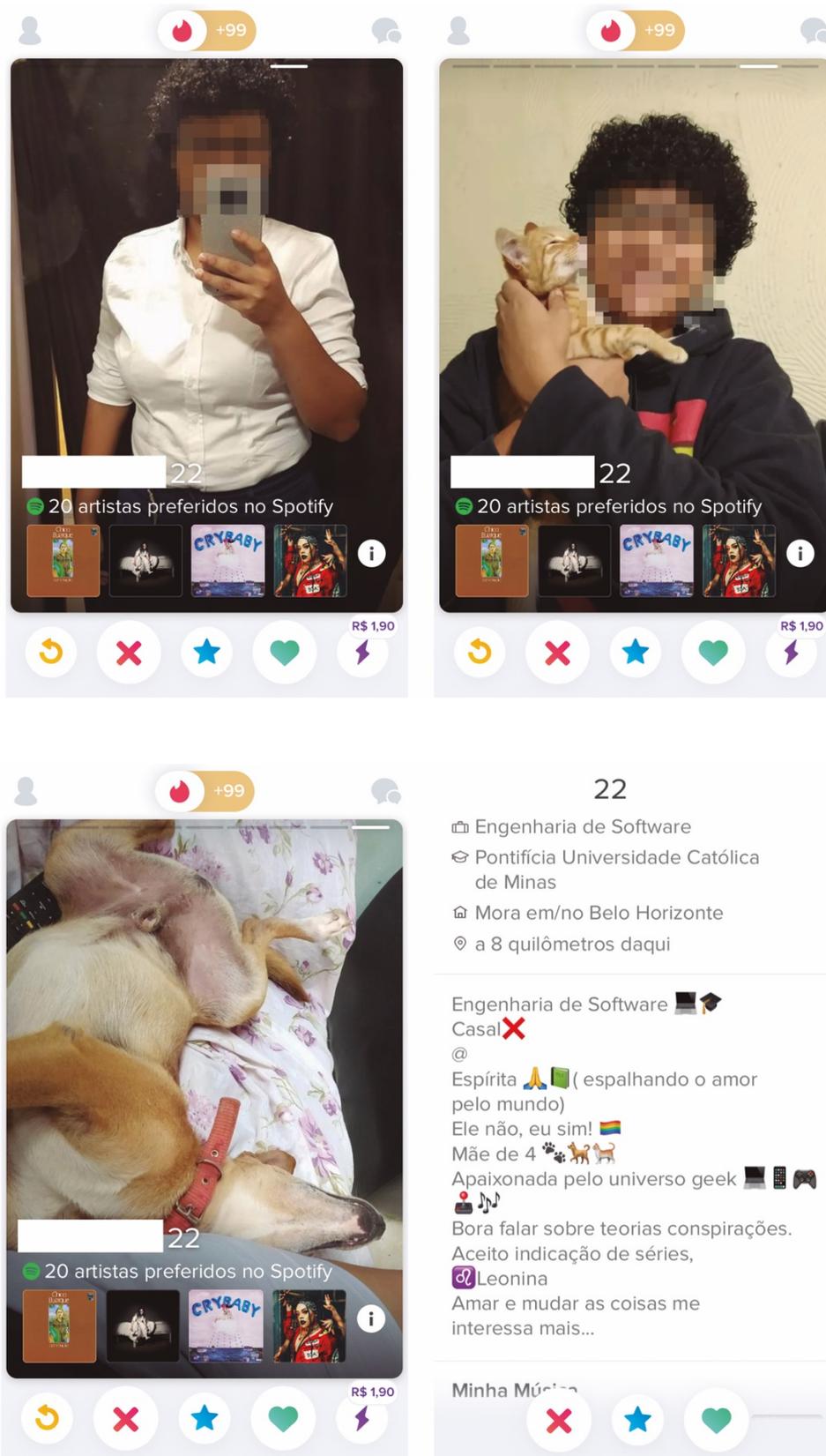
5 ANÁLISES

5.1 A sorridente

Imagem 4 - Imagens e descrição do perfil 20







Fonte: Tinder (2019).

O primeiro perfil analisado é um texto sincrético figurativizado por uma mulher. O texto possui recursos de estilo como o uso de *emojis* e a presença de mais de um animal nas imagens

disponíveis. É o perfil de máxima categórica do gênero mulher e obteve pontuação máxima nas categorias analisadas de separação e filtragem.

No perfil 20 temos nove imagens, das quais uma é apenas um cão, uma é apenas um gato cinza, duas são da mulher segurando um gato, a outra imagem é da mulher com um computador e as demais são quatro *selfies*. O ambiente no qual as imagens se encontram é majoritariamente urbano, em contexto de estudo, lar, trabalho e momentos lúdicos com animais, que aparentam ser de convívio comum já que abraça os gatos e o cão está deitado em um sofá. Há ênfase de exibição no corpo inteiro, vestido, que ocupa o centro do quadro da tela.

As cores das imagens são neutras que variam entre o branco, marrons, ocre e cinzas. As roupas com as quais aparece vestida são roupas básicas, como blusa de frio moletom e calça preta, blusa de manga curta com o nome de curso universitário e uma blusa branca social. Usa óculos de grau e exibe o aparelho de telefone celular no espelho nas imagens do tipo *selfie*.

No nível discursivo, as figurativizações do perfil 20 são figuras que expõem quem é o enunciador: um *eu*, a mulher, que estuda Engenharia de Software, que não está à procura de se relacionar com um casal, que possui um perfil na plataforma *Instagram*, pratica a religião espírita, espalha o amor pelo mundo, faz parte do grupo de oposição ao governo do atual presidente Jair Bolsonaro, é tutora de quatro animais de estimação, é um *eu* apaixonado pelo universo *geek*, que gosta de falar sobre teorias conspiratórias, aceita indicação de séries, é do signo de leão, ou seja, nasceu entre os meses de julho e agosto e acredita que amar e *mudar* as coisas são práticas de maior interesse às outras práticas (PERFIL 20, 2019).

As debreagens encontradas são: na categoria de pessoa, a primeira pessoa do singular, um *eu* que deixa o destinatário-manipulado observar o cotidiano de pertencimento entre os mundos da vida íntima e do trabalho. Na categoria de tempo: um *agora* da enunciação que não é referenciado em passado, presente e futuro, e não pode ser descrito como um tempo mensurável; é a lente que observa em ato a enunciação acontecendo pelas *selfies* que estão sendo feitas no espelho, por exemplo. Na categoria de espaço possui um *aqui* e um *lá*. Um *aqui* que é semelhante ao tempo *agora* da enunciação: o destinatário-manipulado funciona como o fundo opaco do espelho, é quem pode observar esse *eu* que se deixa ser observado através do reflexo projetado no enunciado. O *aqui* é o espaço que o *eu* se inscreve e o *lá* é o espaço que o *tu* ausente é convocado a participar como observador a ser envolvido pelos objeto-valor propostos pelo destinador-manipulador figurativizados na imagem.

No nível narrativo temos um percurso da manipulação por tentação na qual o sujeito destinador-manipulador manifesta poder sobre o sujeito destinatário-manipulado apresentando objetos que o tentem a realizar o fazer. O poder está em torno da divulgação de quais são os

objetos-valor que o sujeito-manipulado reconhece como estimados para que possa ser tentado a querer modificar seu estado. Com esse poder o destinador-manipulador investe valores positivos nos objetos e os torna objetos-valor para o sujeito destinatário-manipulado. No caso do perfil 20, os objetos-valor encontrados estão figurativizados pelas teorias de conspiração e nas indicações de séries que são os interesses do *eu* do enunciado. É o *eu* que deixa o destinatário-manipulado saber que também existe predileção e cuidado com os animais, explicita as preferências em torno da orientação sexual com o símbolo da bandeira de arco-íris do movimento LGBTQI+, define a escolha política de “Ele não, eu sim!” (PERFIL 20, 2019) em referência ao rechaço do governo do presidente Jair Bolsonaro e deixa à mostra o ícone do signo de leão e o simbolismo que “[...] exprime a alegria de viver, a ambição, o orgulho e a elevação.” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2015, p. 540) que simbolizam “[...] a vida em seus aspectos de calor, luz, esplendor, poder e aristocracia radiante.” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2015, p. 540). Como o perfil é um texto editado para persuadir, o que é mostrado faz parte do universo cativante do sujeito manipulador a fim de instigar o sujeito manipulado.

A oposição de categorias abstratas do nível fundamental se dá entre o público *versus* o privado figurativizados pelo ambiente de trabalho *versus* o ambiente íntimo. Na linguagem visual temos o mundo da universidade, da sala de aula, do computador e da roupa social opostos ao universo das práticas íntimas com os animais e as *selfies* no espelho. Na linguagem verbal temos o curso de Engenharia de Software da vida pública que se opõe ao universo *geek*, o signo do zodíaco, a prática religiosa do espiritismo e os gestos de amor e modificação das coisas (PERFIL 20, 2019) da vida privada.

No texto de linguagem verbovisual o enunciador investe no enunciatário a possibilidade de encontrar o par que valorize as características citadas e que *curta* esse perfil. A valorização do próprio *eu* implica o reflexo do enunciatário, reflexo esse que é vislumbrado. Esse enunciatário refletido é o campo do perfil que se encontra previsto a ter afinidade com o enunciador que visa um *tu* para a interação. Dessa forma, o perfil 20 é um perfil de linguagens sobrepostas que possui um lado não visto, o lado atrás da lente da câmera: o *tu* que vê o *eu* que se deixa ser visto pelos valores específicos colocados à mostra. Por ser um enunciado que descreve detalhadamente o enunciador, o *tu* pressuposto tem um desenho demarcado das competências requisitadas para a interação com esse *eu*. Não é qualquer *tu* é um *tu* que deve apreciar aquelas características expostas.

Por último percebemos que o *éthos* do perfil 20 é um *éthos* conquistador, carismático, amável e que persuade pelo afeto.

5.2 A sucinta

Imagem 5 – Imagem do perfil 111



Fonte: Tinder (2019).

O perfil 111 é um perfil de mínima categórica do gênero mulher que obteve a menor pontuação nas categorias gerais e específicas. É o contraponto de análise do perfil 20 e seu texto sincrético por ser um texto visual.

O conteúdo do perfil 111 é sucinto e manifesto por uma imagem, do tipo *selfie*, na qual temos uma jovem mulher em um ambiente de sala de estar. Os elementos dispostos na ambientação são um sofá bege com uma almofada marrom e uma parede azul claro ao fundo no quadrante superior esquerdo; uma estante de madeira com um bibelô oriental branco e vermelho no quadrante direito; um pequeno vaso branco com uma planta suculenta na porção mais alta da estante e na porção mais baixa um vaso ornamental estampado nas cores branco e verde; por último temos uma mulher vestida de camisa listrada nas cores bege, cinza e rosa, que usa brincos, colar, maquiagem suave e está posicionada na porção inferior central ocupando um terço de toda a imagem.

As cores utilizadas são tons pastéis em contraste com os marrons da almofada, da madeira da estante e do castanho dos fios de cabelo. A imagem está virada na posição de 90 graus à direita e o corpo da jovem apresenta-se na horizontal do quadro. É um recurso que causa certo estranhamento para os olhos do observador: o olhar percorre a imagem até encontrar os olhos da mulher que estão na vertical e traçam uma linha perpendicular aos elementos de fundo.

Como o perfil não tem descrição verbal, no nível discursivo temos um enunciado visual figurativizado por um ator do discurso, a mulher, em um ambiente simples que não possui detalhes e no qual o corpo ocupa um espaço maior em relação aos outros objetos.

As debreagens da enunciação são um *eu* narrativo, que busca o olhar do enunciatário, debreado em um *você*, figurativizado na lente que se posiciona com o olhar de fora para dentro do quadro. É um *eu* que se atribui valores em um determinado tempo e espaço. O tempo é o tempo do *agora* da enunciação e estabiliza o referencial temporal do presente. O espaço é o espaço do *aqui*, que se figurativiza pelos objetos dentro do quadro em oposição ao espaço do *lá* que é fora do quadro.

Os sujeitos actantes do nível narrativo são um destinador-manipulador, figurativizado pela debreagem em primeira pessoa, o *eu* representado pela mulher, e um destinatário-manipulado, vislumbrado, atraído a *querer* os valores atribuídos ao sujeito manipulador. Esses valores são conhecidos pelos elementos presentes e os ausentes. Com o foco da lente da câmera apontado diretamente para o que há dentro dessa sala, o sujeito destinador imbui o sujeito destinatário a *querer ver* o que está mostrado na tela e como esses elementos se relacionam, mesmo que sejam elementos sucintos quanto à representação da simplicidade. O destinatário-manipulado é aliciado a querer fazer parte desse mundo de dentro, do qual não faz parte, a partir do seu olhar de fora e sua ausência da tela. É uma tentação que visa à oferta de objetos-valor ao destinatário.

A categoria de base no nível fundamental apresenta-se pela oposição entre a simplicidade *versus* a ostentação. A simplicidade pelo o que está dentro e a ostentação pelo o que está fora da imagem, ou seja, o que é visto e o que não é. Na imagem está figurativizada a simplicidade com o corpo de uma mulher, alguns objetos e uma planta em uma sala de estar. Em oposição à simplicidade, temos fora do quadro o que não pertence ao universo simples: a ostentação. Dessa forma, a simplicidade presente na tela é a oposição daquilo que não está presente no quadro que é a ostentação de riquezas e bens materiais.

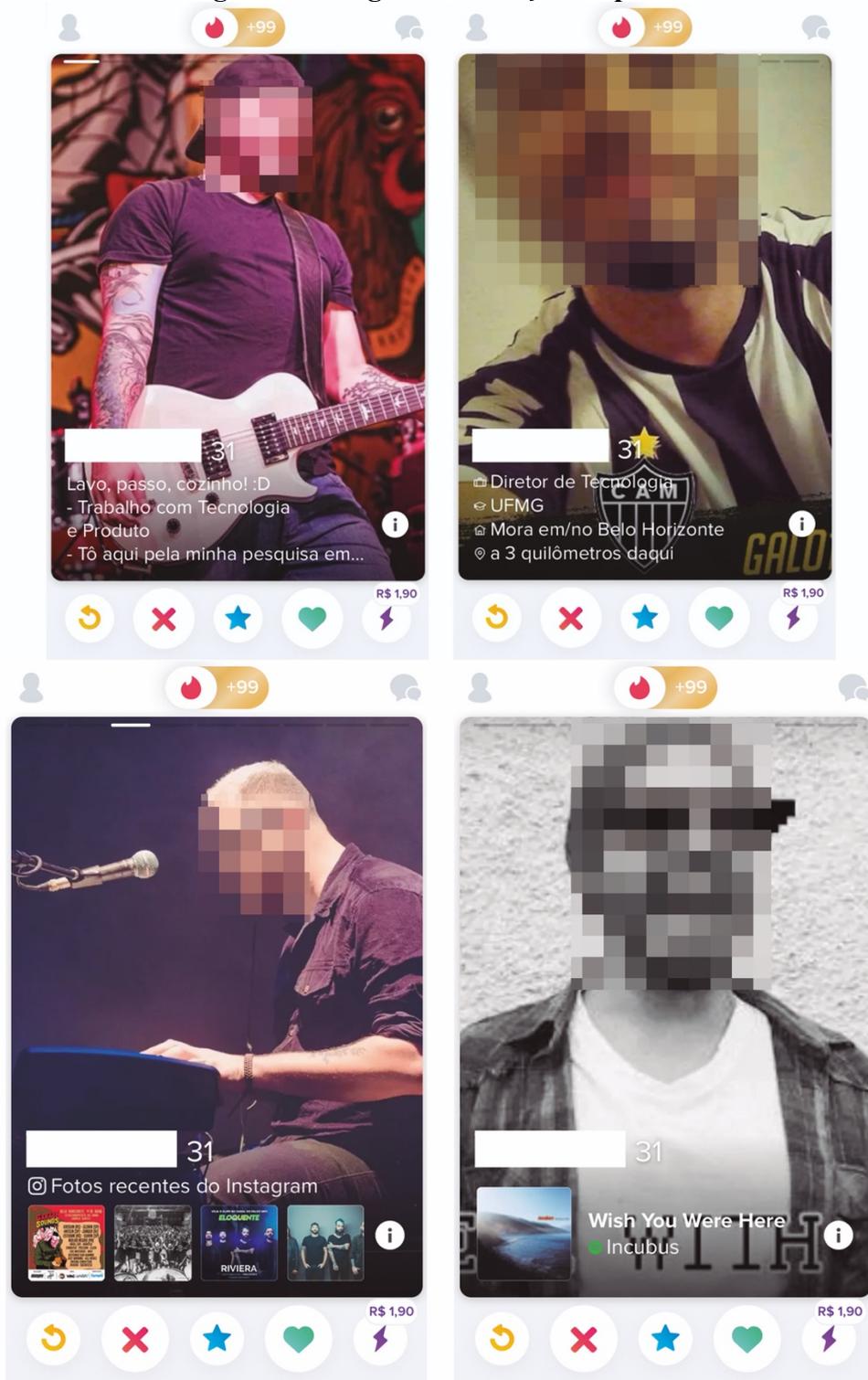
No perfil 111, temos o discurso de uma simplicidade narrados por uma mulher no espaço debreado do *aqui*, e de um fora, a debreagem do *você*, ausente desse universo simples da mulher e convidado a olhar para o *aqui*. O enunciatário que está na sala de estar e o enunciatário que

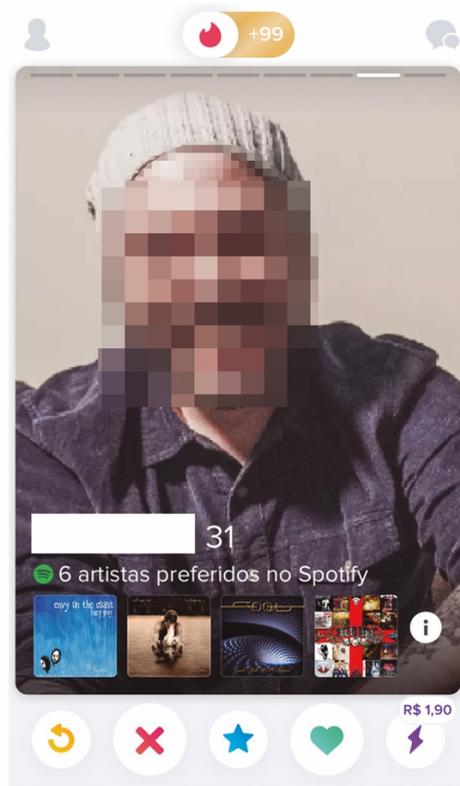
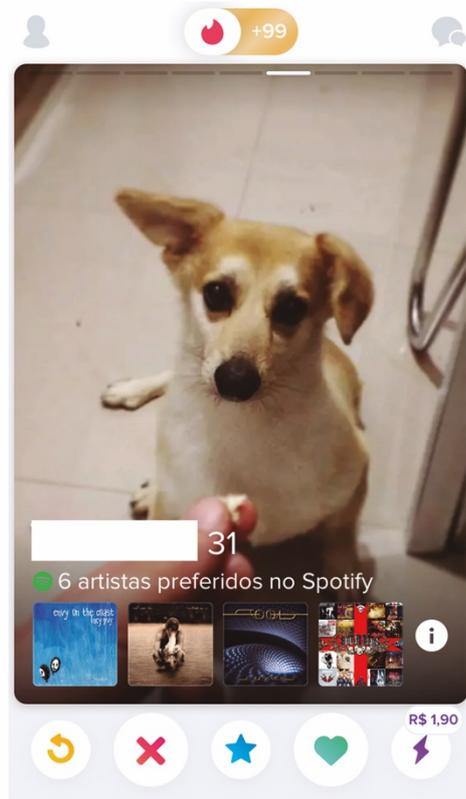
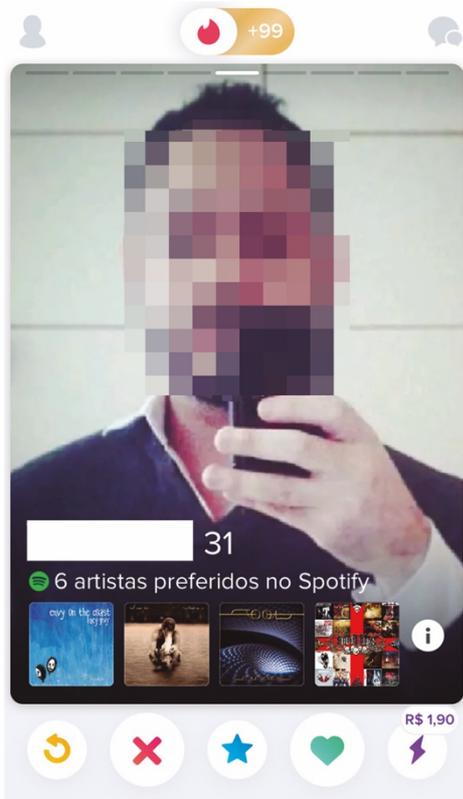
está fora são os elementos que permitem o uso da tentação como persuasão para habitar o mesmo ambiente.

Isso posto, o *éthos* do perfil 111 é um *éthos* sutil que busca o público por meio da simplicidade, suavidade e leveza. A mulher da imagem figurativiza a imagem doce da conquista amorosa.

5.3 O pesquisador

Imagem 6 – Imagens e descrição do perfil 70







Fonte: Tinder (2019).

O perfil 70 é um perfil de máxima categórica do gênero masculino e possui texto sincrético com palavras e imagens.

As imagens são nove: três em contexto de concerto musical, três em contexto de sociabilidade e interação, duas *selfies* e uma imagem de um cão amarelo sendo alimentado por uma mão. Nas imagens publicadas temos a presença de um jovem homem branco, cabelos escuros — exceto uma imagem na qual o mesmo homem possui cabelos loiro platinado —, que usa barba, bigode, *piercings* alargadores nas orelhas e possui tatuagens nos braços. Em sete imagens o homem está enquadrado sozinho ao centro e ocupa dois terços de todo o quadro.

As cores encontradas nas imagens são tons neutros de azul, bege, branco e preto. Estão em congruência com uma maior saturação de luz, o que faz com que as imagens sejam mais escuras e possuam maior contraste com os outros elementos.

No nível discursivo, as linguagens, tanto a verbal quanto a visual, são figurativizadas por um homem. Na linguagem visual o ator se apresenta como músico, trata de um animal de estimação e é agradável quando expressa o sorriso aberto com dentes aparentes. Na linguagem verbal o ator trabalha, é pesquisador e possui conhecimento de que saber sobre astrologia é um capital simbólico para o enunciatário no ambiente digital. Os atores das linguagens confluem no propósito de tornar possível a conquista de um outro pelas características anunciadas como atraentes: nas imagens ocorre a exposição de um corpo que possui acessórios como os óculos,

o celular, os gorros, os brincos alargadores, as tatuagens e a camisa de time de futebol enquanto que a descrição verbal revela o tamanho de “1,83m” (PERFIL 70, 2019) de altura do ator do discurso.

A debreagem de pessoa é em primeira pessoa do singular, um *eu* que se discursiviza como um homem pesquisador à procura de alguém para ser pesquisado ou para encontros sociais. Na debreagem de tempo, o tempo é do *agora* da enunciação verbal, mas na enunciação visual possui tempos de *então*, com imagens em locais distintos em diferentes partes do dia. O espaço é debreado em *aqui* e *lá*. O *aqui* do espaço da enunciação verbal e o *lá* do espaço da enunciação visual. São espaços que possuem certas divergências: o espaço do aqui da enunciação verbal é um espaço que possui referência na enunciação em si mesma, os espaços do *lá* da enunciação visual são figurativizados como os espaços no qual o sujeito esteve.

Os sujeitos actantes do nível narrativo são actantes que desempenham a função de manipular o destinatário-manipulado, vislumbrado, para uma tentação na qual o sujeito destinador apresenta valores de si mesmo para que o sujeito destinatário fique tentado a entrar em conjunção com o próprio sujeito destinador-manipulador. O sujeito manipulador faz com o que o sujeito manipulado saiba das habilidades e características que possui e induz a aproximação do manipulado. Os objetos-valor do perfil 70 são da ordem do conhecimento, nos quais saber realizar algo é um valor, como, por exemplo, quando o sujeito destinador, debreado em primeira pessoa, enuncia que “Lavo, passo, cozinho! :D” (PERFIL 70, 2019), ou que “Trabalho com Tecnologia e Produto” (PERFIL 70, 2019) ou quando a imagem figurativiza esse saber como o ator que sabe tocar guitarra e piano. Essas características citadas como valor são da ordem da competência desse sujeito destinador. Isso posto, o sujeito manipulador seleciona o sujeito manipulado pelos valores que apresenta e assim usa de tais recursos para tentar o destinatário.

Na diferença categorial abstrata temos habilidade *versus* limitação. O texto apresenta os domínios que o sujeito tem enquanto encobre as limitações que não devem ser divulgadas. Engendradas pela manipulação por tentação, as linguagens manifestam as habilidades que o sujeito possui a fim de expor as vantagens para o enunciatário: ele é pesquisador, diretor de tecnologia, possui aptidões artísticas e domésticas, tem 1,83m e gosta de baladas nas quais ele possa sentar (PERFIL 70). Ao mesmo tempo, as limitações que o sujeito possui não são mencionadas.

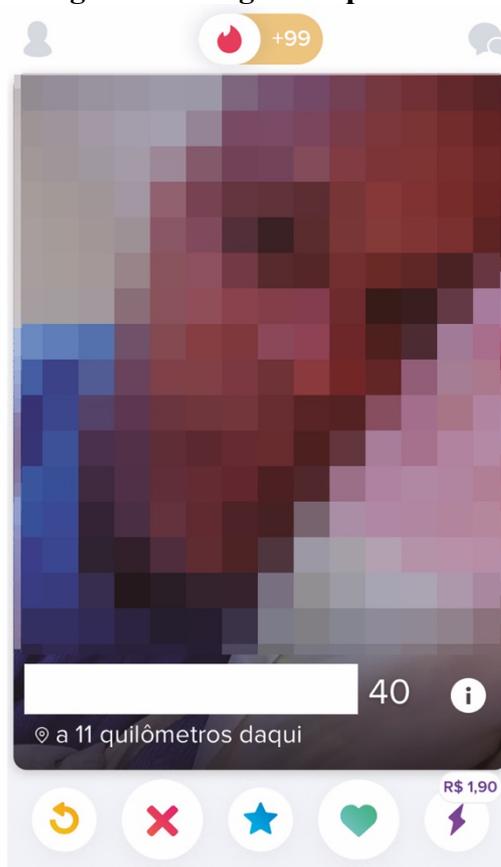
O perfil 70 possui convergências das linguagens. São enunciados que possuem um único enunciator quanto à estratégia de manipulação do enunciatário. Na premissa opositiva da habilidade *versus* limitação, os sujeitos actantes estão de acordo com o contrato fiduciário

estabelecido para os destinatários de emitir as melhores impressões e omitir as insuficiências. Dessa forma os atores dialogam no texto a partir das linguagens usadas.

Sendo assim, o *éthos* do perfil 70 é um *éthos* de um conquistador hábil que busca se valorizar por meio de aptidões que o diferenciem dos demais para convocar seu enunciatório.

5.4 O carente

Imagem 7 – Imagem do perfil 60



Fonte: Tinder (2019).

O perfil 60 não possui texto verbal, logo, é um perfil de linguagem visual e se assemelha ao perfil 111 por exibir uma imagem, do tipo *selfie*, que contém poucos elementos. Podemos distinguir quatro objetos que ocupam todo o quadro da imagem, são eles: o fundo de um ambiente fechado, que pode ser visto no quadrante superior à esquerda; um rosto de um homem branco com barba grisalha no meio da imagem e no quadrante superior direito; um travesseiro encapado com uma fronha nas cores verde e vermelho no quadrante inferior direito e uma camisa azul que cobre o peito e o ombro do homem que ocupa o restante da imagem no quadrante inferior esquerdo. Esses elementos fazem parte de uma paisagem de ambiente fechado em contexto de um lar.

O plano de expressão da imagem é um plano fechado com maior enfoque no rosto e no ombro do corpo masculino. Não possui grandes contrastes de formas e nem de conteúdos. As cores são os elementos que dividem maior extensão da imagem: temos quatro cores majoritárias, o azul, o vermelho, o verde e o tom ocre da cor da pele. São cores que disputam

entre os tons naturais da íris dos olhos, da pele e dos pelos com os tons do azul, do vermelho e do verde que fazem parte dos objetos cotidianos da camisa e a fronha do travesseiro.

No nível discursivo está figurativizado um homem de semblante triste deitado em uma cama. Com essa feição é mostrado um homem que pede por comiseração e compaixão à sua solidão.

As debreagens da enunciação são as seguintes: a pessoa é um *eu*, que olha o destinatário, figurativizado em ator do discurso pelo rosto do homem. É um *eu* que habita o tempo de *agora* da enunciação, o tempo de referência no qual o *eu* olha diretamente para o enunciatário a quem convoca a sentir pena de seu estado solitário. O espaço narrativo é o de *aqui*, esse *aqui* ao qual o destinatário não pertence e é convidado a partilhar pelo sentimento de piedade figurativizado pela cama e o quarto.

O percurso da manipulação desse sujeito actante é o da sedução. Na sedução, o destinador-manipulador realiza uma imagem vantajosa do manipulador para o destinatário-manipulado. Com a figurativização do olhar em primeira pessoa para a lente objetiva da câmera, esse sujeito destinador expressa que está solitário e faz uma imagem vantajosa para o outro, ou seja, o enunciatário solitário pelo qual o enunciatário deverá sentir pena. É esse enunciatário empático que tem a competência para estar em sua companhia. Dessa maneira, a imagem vantajosa exposta para outro seduz o sujeito destinatário a estar presente no mesmo tempo e espaço que esse *eu*.

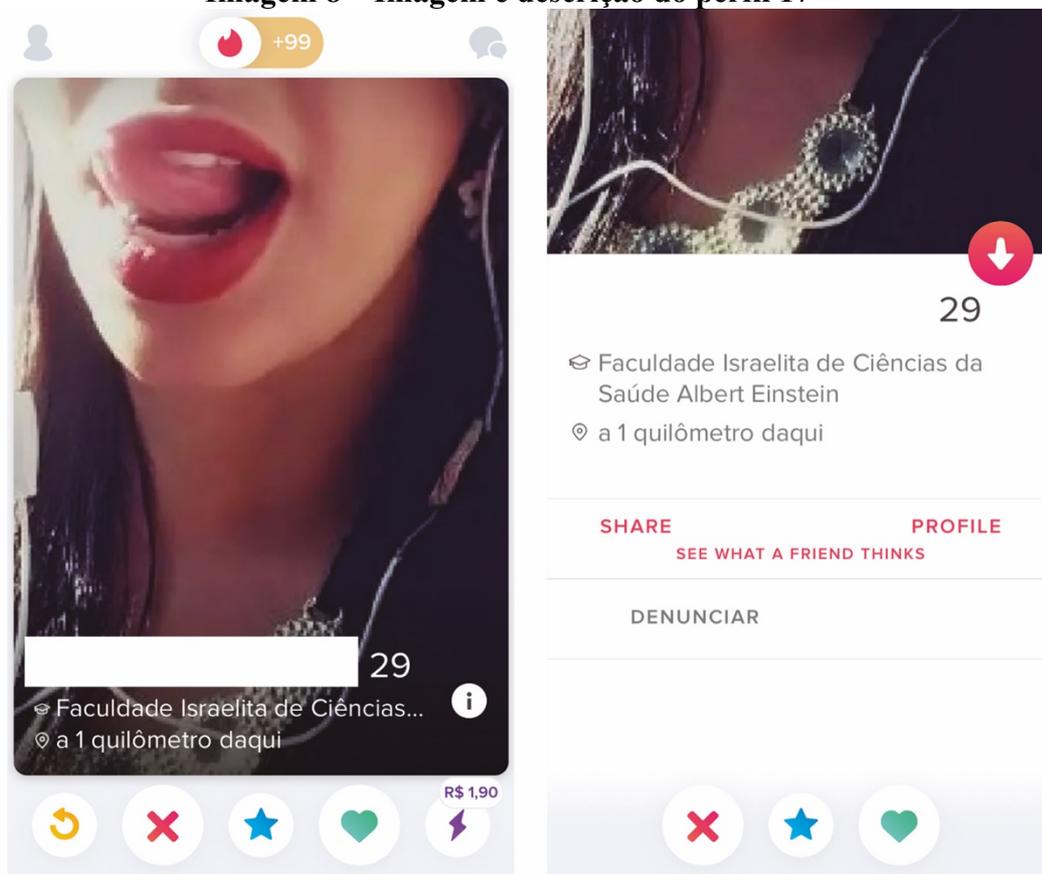
Na contradição lamento *versus* júbilo, o rosto do homem que expressa o lamento da solidão implica o contrário desse estado: o júbilo de poder estar com alguém por meio da manipulação de sedução.

Assim, o perfil 60 apresenta um sedutor solitário que busca trazer alegria para o seu estado através do contato com o outro. Por isso a imagem utilizada seduz com o texto visual o enunciatário piedoso. Portanto, o *éthos* desse perfil é de um conquistador melancólico que pede visa a compaixão do enunciatário.

5.5 O casal e o adjetivo

O perfil 17 é de um casal que procura por um terceiro sujeito para se relacionar.

Imagem 8 – Imagem e descrição do perfil 17



Fonte: Tinder (2019).

Como a orientação sexual não é explicitada, não sabemos se são duas mulheres homossexuais, ou um homem heterossexual e uma mulher bissexual, ou um homem e uma mulher bissexuais. Sabemos que, como o perfil pesquisador foi registrado no gênero mulher, as buscas do perfil 17 estão adequadas na faixa de gênero mulher de 30 anos. Dessa forma, podemos supor que o perfil seja de um homem e uma mulher pelo adjetivo utilizado no gênero masculino e na revelação da integrante mulher do casal na imagem.

O perfil 17 é um perfil de linguagem majoritariamente visual e possui apenas uma imagem. Porém, há um dado verbal da seção de informações que modifica a resultante das linguagens e o enquadra como texto sincrético.

A única imagem disponível veicula teor sexual a partir da boca feminina, maquiada por um batom tom cor de boca, que estala a língua em uma linha diagonal nos dentes da arcada superior. O nariz, a boca e o queixo ocupam os dois quadrantes superiores e o pescoço e parte

do peito ocupam os quadrantes inferiores. O corpo feminino está vestido com uma blusa preta que tem detalhes de *strass* prateado na gola. Há um par de fones de ouvido interligados nas orelhas e os cabelos castanhos de médio comprimento estão soltos. Acopla-se a essa imagem o nome de uma instituição de ensino, a Faculdade Israelita de Ciências da Saúde Albert Einstein.

O plano de expressão usa tons de três cores: cinzas, o escuro da cor da blusa e o claro quase branco da cor dos fones de ouvido; os marrons da cor da pele e dos castanhos do cabelo; e os vermelhos do vermelho rosado da mucosa da língua e da cor terrosa do batom. A pele do rosto e do pescoço é a textura que recobre a maior parte da imagem, aproximadamente dois terços do quadro. Os demais elementos, a blusa, os cabelos, o detalhe da gola da blusa e os fones de ouvido são espacialmente menos importantes que o fragmento de rosto com enfoque na boca.

No nível discursivo, o perfil 17 evoca o mistério pela ausência de informações em seu conteúdo e a figurativização do enunciador com uma mulher sensual. A linguagem verbal com o termo Faculdade Israelita de Ciências da Saúde Albert Einstein pressupõe que o casal, ou um dos integrantes do casal, estuda ou estudou medicina ou enfermagem o que qualifica o *status* social do enunciador.

Na relação da imagem com as palavras temos que o casal, que não é qualquer casal, é um casal que se intitula como o casal de integrantes *safadinhos* que convocam o enunciatário disposto a aventurar-se como terceiro integrante. Dessa forma, o enunciador não se manifesta diretamente sobre quem é seu enunciatário, mas implica o enunciatário como um sujeito que se atraia pelo o que o casal se diz ser: *safadinhos*, entre si e com um terceiro, e detentores de *status* na sociedade.

Quanto às debreagens da enunciação temos que um *eu* se enuncia em primeira pessoa do plural, um *nós*. Nesse *nós* está contido e oferecido a imagem figurativizada de um *ela*. O destinatário está debreado como um *você* que é esperado e almejado pelo *nós*. O tempo é debreado como um *agora* da enunciação que não possui referencial temporal de passado, presente ou futuro. O espaço é debreado em um *aqui* da enunciação e, assim como o tempo, não possui referencial de onde é o local ou qual é esse local.

No nível narrativo, o sujeito destinador-manipulador da manipulação por tentação manifesta poder simbólico por meio do *status* do curso de medicina/enfermagem e apresenta a vantagem da aventura à três. O sujeito destinador apela ao poder que possui e à proposição de objetos positivos, figurativizados pela Faculdade Israelita de Ciências da Saúde Albert Einstein e pela boca da mulher, em troca do *fazer* interpretativo do destinatário manipulado. Portanto, o

destinatário é manipulado a querer ser parte desse conjunto de duas pessoas que se intitula como um “ksal” (PERFIL 17, 2019).

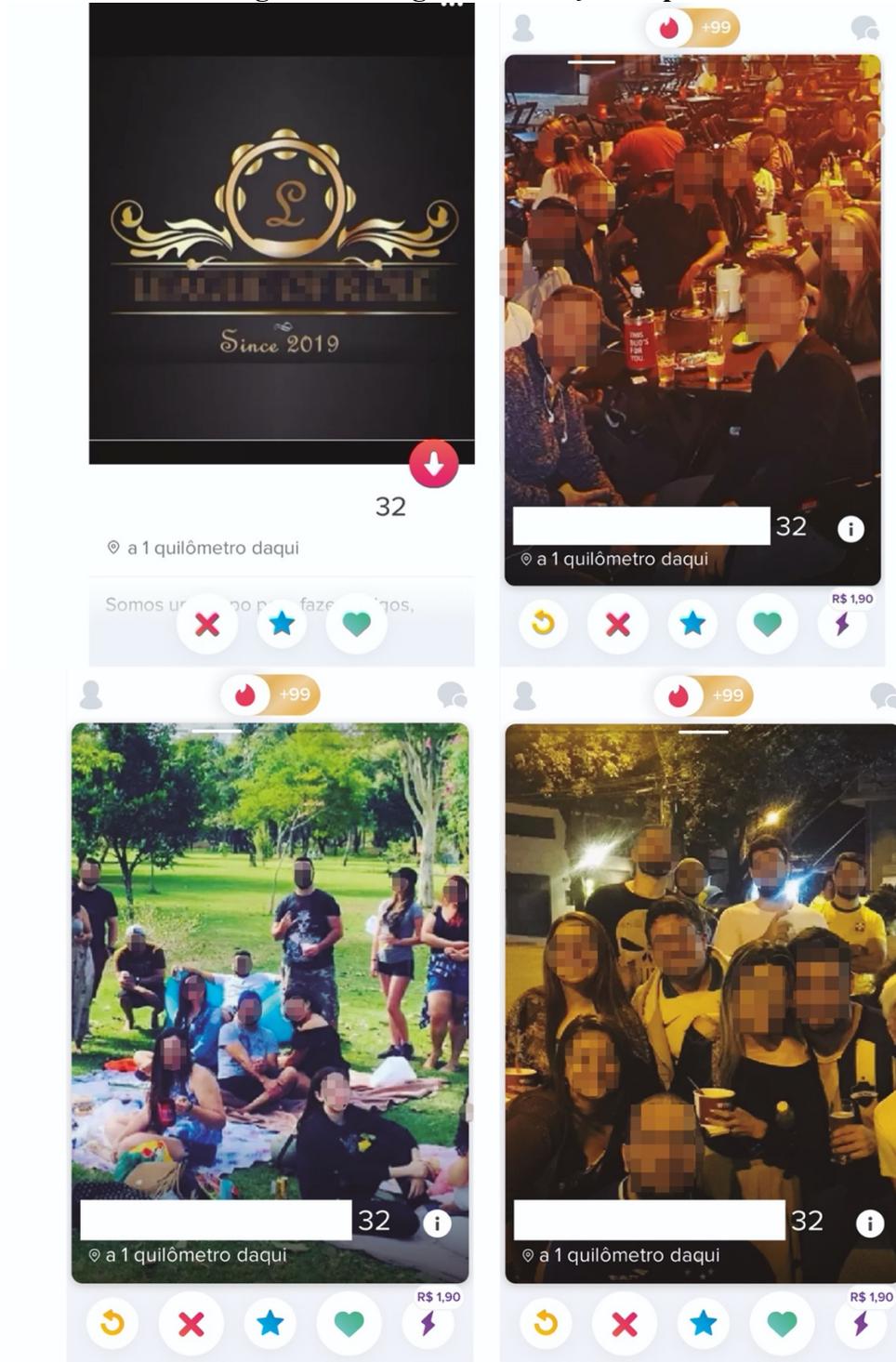
Na oposição libertinagem *versus* proibição temos na linguagem visual a insinuação sexual por meio da língua da mulher e na linguagem verbal o *status* e o prestígio social da profissão médica. A proibição aparece como interdição contrária às práticas tentadoras da busca dos prazeres mundanos apresentados pelo enunciador.

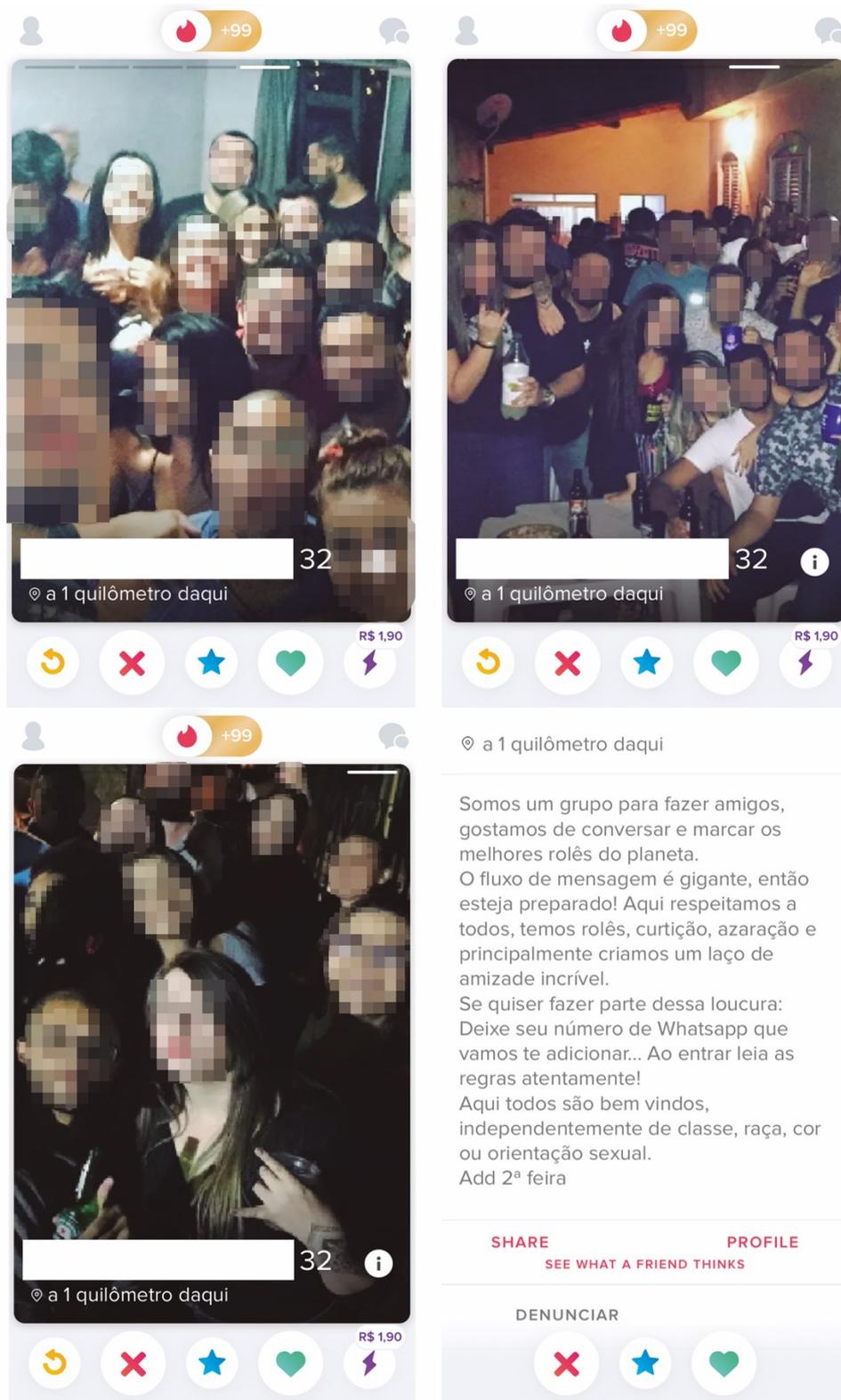
Isso posto, o texto sincrético do perfil 17 apresenta características de mistério e tentação. O ocultamento parcial dos enunciadores do perfil indica o caminho que convoca o enunciatário a querer ver quem são os enunciadores e a participar do jogo da conquista. A imagem e o texto confluem em suas temáticas da conquista sexual e estão de acordo tanto com a língua convidativa ao beijo e à degustação de um corpo quanto ao sucesso e o prestígio social. O diálogo das linguagens revela informações suficientes para atrair um enunciatário que partilhe dos mesmos valores que os enunciadores do discurso e participe das interações com o casal de *safadinhos*.

Por último percebemos que o *éthos* do perfil 17 é de um conquistador sensual que busca a sua próxima parceria sexual.

5.6 O grupo de amigos

Imagem 9 – Imagens e descrição do perfil 76





Fonte: Tinder (2019).

O perfil 76, único exemplar de perfil de grupo da amostra, se intitula como um perfil de um grupo que procura outras pessoas para diversão, estreitamento de laços e interação entre os participantes. Seu nome de identificação é um nome próprio de uma organização.

Não é possível saber se o perfil 76 está registrado como uma mulher ou um homem, portanto, não temos como identificar qual é o gênero de registro na plataforma. Sabemos que quem administra a conta escolheu ser identificado como alguém de 32 anos e será encontrado nessa faixa etária a partir da ferramenta de buscas.

Na versão coletada para o *corpus*³⁶ foram disponibilizadas sete imagens. O conteúdo dessas imagens são: a primeira imagem, a imagem de apresentação, possui um brasão que caracteriza a identidade visual do grupo. O brasão é um ornamento circular dourado, com a letra L, maiúscula, em tipografia cursiva, seguida, logo abaixo, pela expressão na língua inglesa *League Of*, em tipografia de ângulos retos, inscrita entre duas linhas paralelas com bordas infinitas no fundo cinza escuro. Como marca de uma tradição, embaixo do brasão e do nome da liga, está escrita a expressão *Since 2019*, que em tradução nossa significa: *Desde 2019*. O ornamento e a data de criação demonstram o intuito de atingir a consagração como um clássico mesmo que o grupo tenha sido criado há menos de um ano. A primeira imagem é, em termos de função, o cartão de visitas do enunciador.

Nas outras seis imagens temos a temática de encontros, ou, como preferem os usuários, os *rolês*. São fotos nas quais um grupo de pessoas, homens e mulheres, de diversos grupos sociais, estão em contexto de interação face a face e sociabilidade. As imagens convergem quanto a figurativização da amizade, a descontração, o lazer, o lúdico e as práticas culturais. O número de integrantes por imagem, a contar da segunda imagem no perfil 76, é de, respectivamente, 15, 13, 11, 16, 14 e 10 pessoas. Logo, temos um número mínimo de dez integrantes por quadro.

No plano de expressão, o posicionamento da câmera é o de centro de um semicírculo e os ocupantes estão ou no perímetro ou dentro da área que o semicírculo pressupõe no enquadramento. Tal formação geométrica é uma possível solução para a questão de juntar todos os integrantes no quadro. Os objetos que compõem a imagem, e por extensão o seu sentido de significação, são canecas coloridas de plástico, tipicamente usada em confraternizações, copos e garrafas de cerveja, comidas, roupas informais que incluem camisas de time de futebol e fones de ouvido aparentes.

As cores possuem predominância dos tons cinzas e ocres nas imagens feitas à noite. A iluminação não possui um foco específico por se tratar de iluminação estática de rua, ou seja, não pode ser direcionada como um refletor. Conseqüentemente, a luz é difusa e utilizada de acordo com a sua maior incidência sobre os integrantes sem caracterizar diretamente algum

³⁶ Os perfis podem ser modificados de acordo com a vontade do usuário.

efeito de sentido poético. Essas propriedades dos textos visuais dialogam diretamente com o texto verbal da descrição que diz que: “Somos um grupo para fazer amigos, gostamos de conversar e marcar os melhores rolês do planeta.” (PERFIL 76, 2019).

No nível discursivo, na primeira frase da descrição verbal, o enunciador, figurativizado pelo grupo de pessoas, enumera três características: a primeira, um enunciador na primeira pessoa do plural, *nós*; a segunda, sua preferência pela conversa e interação dos *rolês* e a terceira, o objetivo de marcar os melhores *rolês*. O enunciador avisa que o trânsito de comunicação através do canal, o meio pelo qual o enunciado é transmitido, é *gigante* e que o enunciatário deve estar preparado para a espera em ser atendido. “O fluxo de mensagem é gigante, então esteja preparado! Aqui respeitamos a todos, temos rolês, curtidão, azaração e principalmente criamos um laço de amizade incrível.” (PERFIL 76, 2019). Ao dizer que respeita a todos, o enunciador estabelece um contrato de confiança que gera o efeito de sentido de ser um enunciador democrático e honesto. Por fim, é reiterado que a razão do contato com o enunciatário é para a finalidade de interagir e estreitar laços de amizade. Desse modo, o enunciatário é convidado à interação direta: “Se quiser fazer parte dessa loucura: Deixe seu número de Whatsapp que vamos te adicionar...Ao entrar leia as regras atentamente!” (PERFIL 76, 2019). A partícula “*Se*” confere uma condicional, uma escolha que deverá ser feita por parte do enunciatário caso queira participar do grupo.

Esse grupo, como uma organização de pessoas unidas pelo objetivo de fazer amigos, possui um manual, uma comunicação organizacional interna, que manifesta a ética da organização. Ou seja, o *nós* que enuncia o perfil é um *nós* organizado e institucional. O *nós* é um enunciador organizador da configuração do espaço no qual todos são bem-vindos e aceitos quanto à diversidade de pertencimentos subjetivos: “Aqui todos são bem vindos, Independentemente de classe, raça, cor ou orientação sexual” (PERFIL 76, 2019). Por último, o enunciador avisa *que* “Add 2ª feira” (PERFIL 76, 2019), ou seja, que adicionará os possíveis parceiros de interação às segundas-feiras de cada semana.

As debreagens encontradas são: a debreagem de pessoa é em primeira pessoa do plural, um *nós*. A debreagem de tempo é um tempo do *agora* da enunciação. Tempo pelo qual a discursivização é dada no presente, mas que implica um tempo futuro. Não se sabe quando é o *agora*, mas sabe-se que o “Add 2a feira” (PERFIL 76, 2019) tem uma segunda-feira, em relação ao tempo do *agora* da enunciação, vinculada ao tempo do futuro. A debreagem espacial possui um *aqui* e um *lá*. O *aqui* é o espaço próprio do enunciado, o espaço no qual a amizade é incrível, a diversidade é respeitada, o fluxo de mensagens é gigante e regras existem e devem lidas. O *lá* é o aplicativo *Whatsapp* no qual ocorrerá a adição do número de telefone.

No nível narrativo, a manipulação realizada é a da sedução. O sujeito destinador-manipulador manifesta uma imagem vantajosa do manipulador para o destinatário-manipulado:

**Somos um grupo para fazer amigos,
gostamos de conversar e marcar os
melhores rolês do planeta.**

O fluxo de mensagem é gigante, então esteja preparado! **Aqui respeitamos a todos, temos rolês, curtição, azaração e principalmente criamos um laço de amizade incrível.**

Se quiser fazer parte dessa loucura:
Deixe seu número de Whatsapp que
vamos te adicionar... Ao entrar leia as
regras atentamente!

**Aqui todos são bem vindos,
independentemente de classe, raça, cor
ou orientação sexual.**

Add 2a feira (PERFIL 76, 2019, grifo nosso).

A imagem vantajosa das competências do grupo deve ser suficiente para fazer o enunciatário querer *fazer parte do grupo*. O destinador apresenta as qualidades atrativas de marcar “os melhores *rolês* do planeta” (PERFIL 76, 2019), de respeitar a todos, criar laços de amizade incríveis e acolher todos independente “de classe, raça, cor ou orientação sexual” (PERFIL 76, 2019). Dessa forma, o destinatário é convidado e seduzido a fazer parte do grupo. Na linguagem visual vemos como o destinador seduz o destinatário ao exibir imagens nas quais o grupo está em entre seus pares, em contexto de amizade, curtição e descontração.

No nível fundamental a oposição identidade *versus* alteridade indica que a identidade do sujeito é dada por suas características físicas, materiais, psicológicas e preferências subjetivas tidas como íntimas e discursivizadas pelo *você* do enunciatário. Já a alteridade é vivenciada com a aproximação do diferente; são as características desiguais que pressupõem o acolhimento da diferença e está discursivizada pelo *nós* heterogêneo do enunciador.

Em síntese, o perfil 76 apresenta um texto sincrético com figurativizações de pessoas inseridas em contexto de interação e acolhimento. A mensagem enviada ao enunciatário é a convocação à participação **voluntária** dos encontros produzidos pelo grupo por meio do fascínio das características sedutoras que o enunciador apresenta. Dessa forma, o enunciatário, ao confiar no enunciador democrático, está disposto aos desdobramentos da convivência heterogênea a partir da ética e do bem-estar comum.

Por último, vimos que o *éthos* do perfil 76 é de um conquistador generalista que visa viver uma vida aproximada com a comunidade.

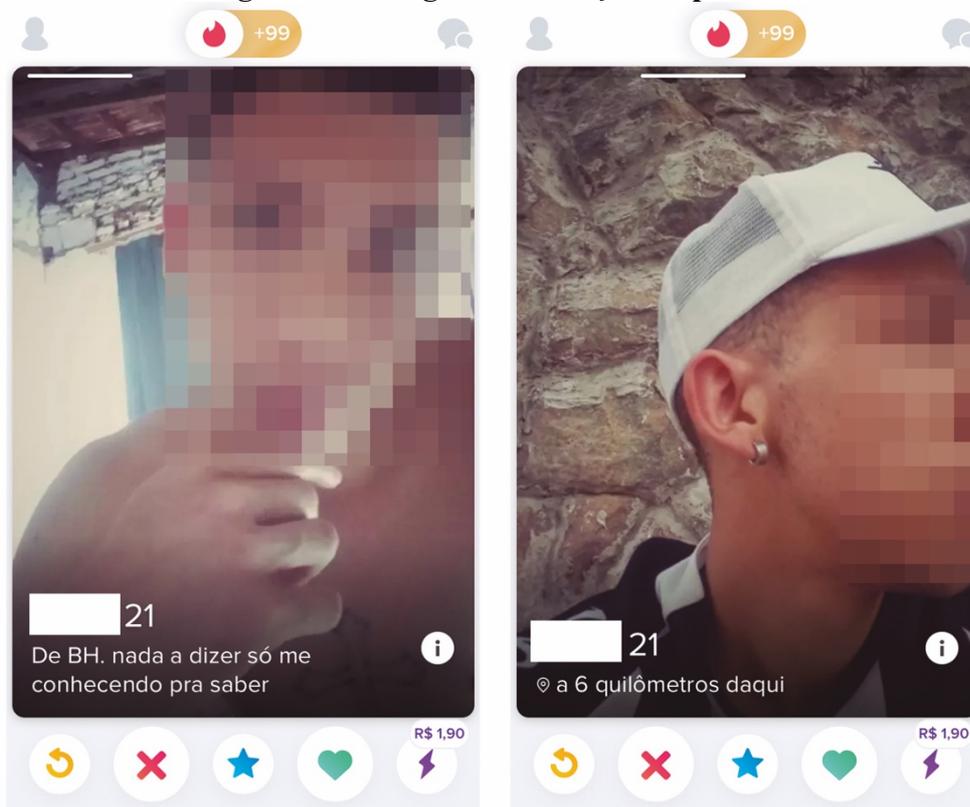
5.7 O camaleão

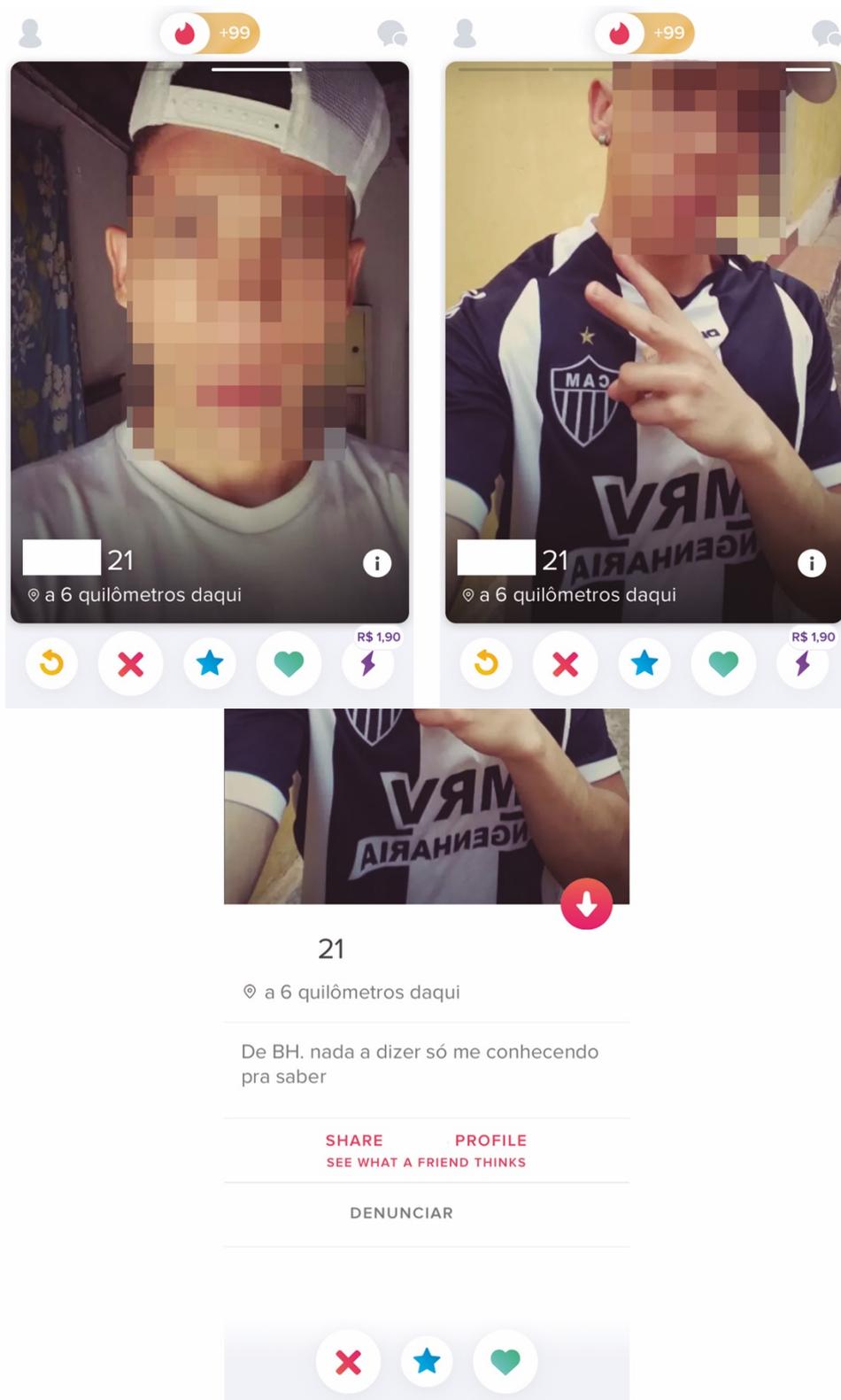
Um curioso aspecto do *corpus* foi a repetição de um mesmo perfil durante a coleta da amostra. Chamamos de *Camaleão* os três perfis de um mesmo usuário com versões diferentes no intervalo de alguns dias entre uma versão e outra.

A primeira aparição do Camaleão foi no dia 12 de outubro. E as características dessa versão são as seguintes:

5.7.1 A primeira versão

Imagem 10 – Imagens e descrição do perfil 39





Fonte: Tinder (2019).

O perfil 39 apresenta quatro imagens. Nessas quatro imagens temos um corpo masculino, focalizado nas porções que compreendem a cabeça, o pescoço e o peito. O corpo

está adornado com um boné, brinco na orelha e uma sobancelha estilizada. As imagens são do tipo *selfie* nas quais um jovem homem, sozinho, usa blusa do Atlético Mineiro.

As imagens possuem o foco voltado para o torso, braços e cabeça do homem ocupando dois terços do quadro. O homem faz gestos com as mãos: na primeira imagem a mão se encontra abaixo do queixo e indica docilidade e infantilidade; na outra imagem, o gesto da mão é configurado por dois dedos, o indicador e o médio, levantados em formato da letra V, com os dedos inclinados para cima na direção da esquerda para a direita. O conteúdo dessas imagens é a de um sujeito sozinho em ambiente de um lar que se relaciona diretamente com a lente da câmera: o sujeito e a máquina.

No plano de expressão a paleta de cores está situada entre os tons de brancos, cinzas e ocre na linguagem visual. No texto verbal temos: “De BH. nada a dizer só me conhecendo para saber” (PERFIL 39, 2019) que ocupa duas linhas e 37 caracteres dos 500 disponíveis. O português usado é a língua informal coloquial. Nota-se uma rima, do tipo pobre, entre a sonoridade dos verbos “dizer” e “saber”.

No nível discursivo, o enunciador figurativizado por um jovem homem brinca com a ideia de desbravamento. Explicamos: é a ideia de que o prêmio, no caso conhecê-lo, será dado caso o enunciatário aceite passar pelo caminho desconhecido. A estratégia de convocação é fazer o enunciatário querer ir ao encontro desse sujeito tentador.

As debreagens da enunciação são: na categoria de pessoa, debreagem em primeira pessoa do singular, um *eu*. Na categoria de tempo, um *agora* da enunciação e um *então* em relação a esse *agora*: na linguagem visual o tempo aparece alternante entre o *agora* e o *então*, o sujeito *eu* está figurativizado com troca de vestimentas e de espaço entre o tempo da enunciação e um tempo passado que não é o da enunciação. E na categoria de espaço, um *aqui* se figurativiza nos diferentes locais vistos nas imagens. Na linguagem verbal a debreagem da categoria de espaço é um *aqui*, figurativizado pelo espaço da cidade de Belo Horizonte. O sujeito *eu* vincula sua identidade territorial como sendo “De BH.” (PERFIL 39, 2019).

No nível narrativo, o percurso da manipulação é por tentação na qual o sujeito destinador-manipulador manifesta poder e bens vantajosos para o destinatário-manipulado. Na linguagem visual, o manipulador indica quem ele é por meio de suas características físicas e suas preferências subjetivas, como ser torcedor do Atlético Mineiro. Na linguagem textual, o poder da tentação se manifesta com o silêncio próprio do “[...] nada a dizer [...]” (PERFIL 39, 2019) e com a convocação tentadora de que “[...] só me conhecendo pra saber.” (PERFIL 39, 2019).

No nível fundamental, a contradição *exibir versus esconder* baseia-se naquilo que o enunciador mostra e no que ele esconde. O corpo, o estilo de vida e o local onde mora é mostrado, quem ele é, como se comporta, do que gosta e o que o atrai é escondido do outro. Portanto, é mostrado o que interessa ao enunciatário e não se mostra o que interessa ao enunciador.

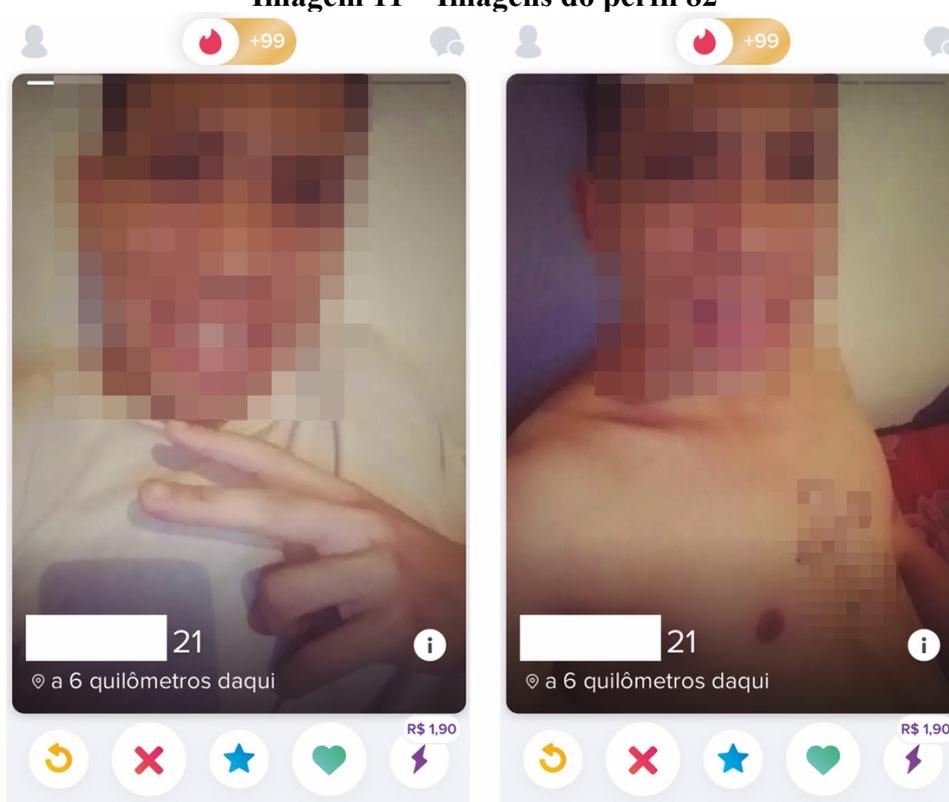
O texto verbal e o texto visual encontram-se em convergência temática. São textos que trabalham visualmente a exibição e verbalmente a omissão. O sujeito homem não sorri, e mantém os lábios cerrados. Dessa forma, os lábios cerrados estão em sintonia com o “*nada a dizer*” do enunciado verbal. De fato, com a boca fechada não é possível *dizer* algo. Assim, temos que o *éthos* do perfil 39 é de um conquistador silencioso que atrai a seu enunciatário pela tentação de explorar o desconhecido.

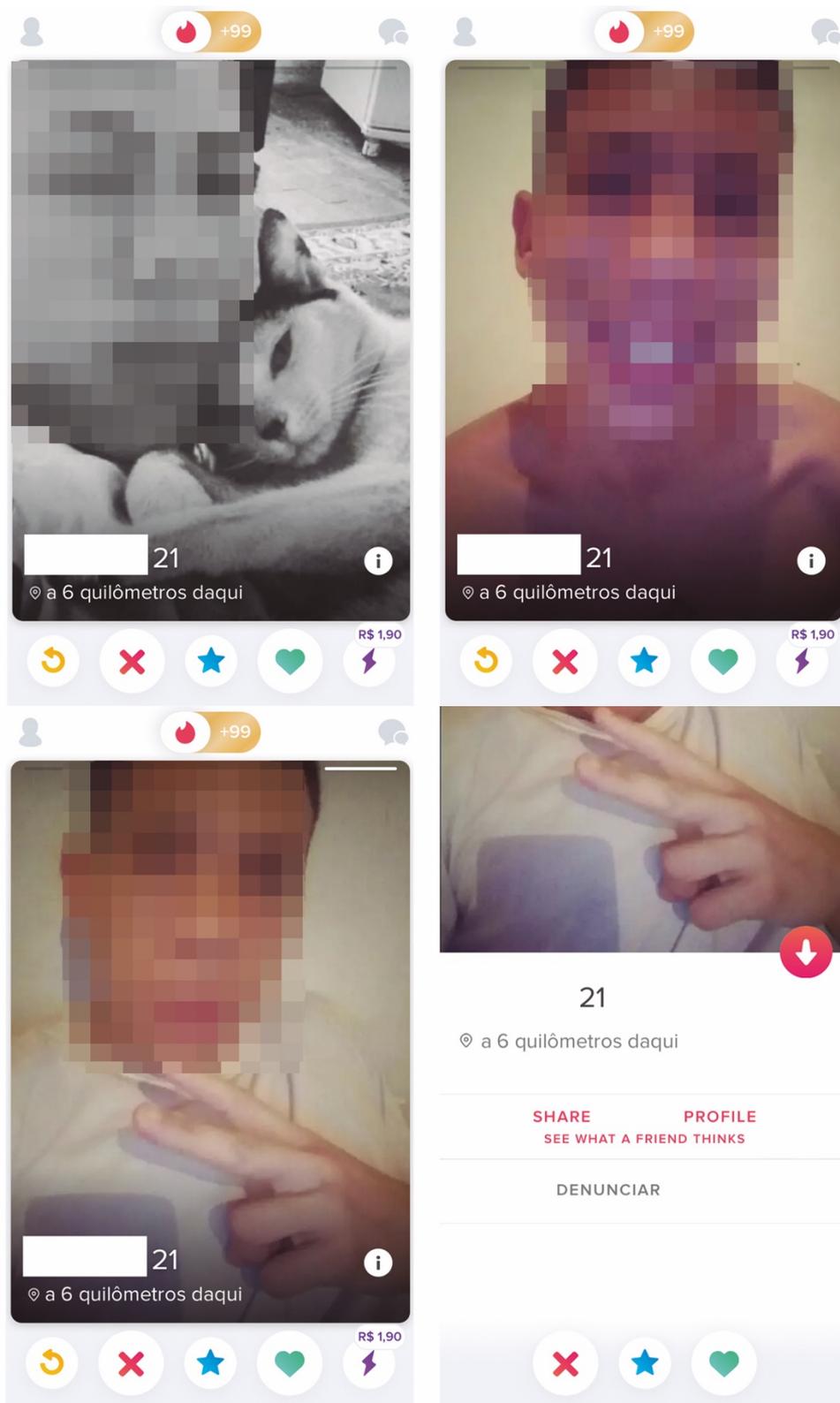
Na segunda aparição, no dia 16 de outubro, encontramos outra apresentação do Camaleão. Os perfis têm diferenças sutis na forma, como o aumento do número de imagens e a mudança do nome de identificação. Quanto ao conteúdo percebemos que a segunda versão expressa sorriso com dentes aparentes e outras variações como a presença de um gato e maior exposição do peitoral já que o homem aparece sem camisa. Porém, dessa vez, a linguagem verbal não é apresentada e o perfil é um perfil de texto visual.

5.7.2 A segunda versão

Na segunda versão do Camaleão, o perfil 82 possui uma imagem a mais e todas diferentes da primeira versão. São *selfies* feitas em contexto do lar que apresentam um jovem homem sem boné com sorriso de dentes aparentes no rosto e com o peito exposto. Foram mantidos os focos no peito, braços e pescoço. A gestualidade das mãos permaneceu com a mesma característica dos dedos em forma de V inclinados com o braço na diagonal. A sobrancelha não sofreu alteração estética e continuou estilizada com um risco de pelos raspados após o arco.

Imagem 11 – Imagens do perfil 82





Fonte: Tinder (2019).

No nível discursivo o ator do discurso é um homem jovem que expõe o flerte com o enunciatário por meio do sorriso aberto e pelo olho que pisca. São mostrados como atrativos para o enunciatário os atributos do corpo e um animal de estimação.

Quanto às debreagens, temos as seguintes projeções: na categoria de pessoa, uma debreagem em primeira pessoa do singular *eu*. Na categoria de tempo uma debreagem de um *agora* da enunciação que não possui referência no tempo do presente, é um *agora* atemporalizado em relação à primeira versão por não poder ser identificado. Na categoria de espaço é uma debreagem de um *aqui*, um lugar no qual o *eu* habita um quarto e a sala de uma casa.

No nível narrativo, o sujeito actante destinador-manipulador manipula, por tentação, o sujeito destinatário-manipulado. O destinador apresenta objetos-valor como o corpo, o gato, a tatuagem e seu estilo de vida nas figurativizações das *selfies*. O sujeito projetado em primeira pessoa do singular, um *eu*, possui o sorriso aberto, o peito descoberto, o gato no colo, um estilo gestual de movimentação do braço e dos dedos e que também pode ser sério, como visto na última *selfie*. Isso posto, o sujeito destinatário-manipulado é tentado a estar com o sujeito manipulador e suas características agradáveis de convivência em um lar com um gato e sorrisos abertos.

O nível fundamental, com a oposição entre descontração *versus* seriedade, constitui o antagonismo de todo o conteúdo sintáxico e semântico. O enunciador elabora que pode ser tanto um sujeito descontraído quanto um sujeito sério. O sujeito descontraído está figurativizado com o peito exposto e a tatuagem à mostra e o sujeito sério com o gato no colo, vestido com camisa de cor neutra e com o semblante sóbrio e sem sorriso.

Diferente da primeira versão, essa segunda versão possui uma figurativização de um *eu* que é menos sério e mais aberto a possíveis interações. É um enunciado em que o *eu* está aparentando ser e estar mais disposto à interação. Dessa forma, a imagem do segundo enunciador é mais favorável a obter maiores chances de *curtidas* que o primeiro enunciador. O *étos* do perfil 82 é o de um conquistador agradável que quer partilhar o seu cotidiano com o conquistado.

Na sua última exposição, no dia 18 de outubro, o Camaleão organiza-se com elementos diferentes dos outros.

5.7.3 A terceira versão

Imagem 12 – Imagem e descrição do perfil 110



Fonte: Tinder (2019).

Na terceira versão há apenas uma imagem e uma frase. A imagem é uma *selfie* que está caracterizada por um jovem homem que aparece em um contexto ao ar livre com uma lagoa e gramíneas. O rosto do jovem ocupa aproximadamente dois terços de toda a imagem enquanto o restante está ocupado pela massa de água, as gramas e os ombros. A blusa de gola com detalhes de bordados vazados é mais formal comparada às outras usadas nas duas primeiras versões. A sobancelha sofreu mudança estética e não possui mais o risco que a separava em duas porções próximo ao arco. O sorriso com dentes aparentes deu lugar a um sorriso de lábios levemente levantados, um dos olhos pisca e o gesto dos dedos em V com o braço inclinado permanece.

O plano de expressão que na segunda versão era apenas visual volta a ser sincrético com o uso da linguagem verbovisual na terceira versão. Na linguagem verbal temos o seguinte enunciado: "Bora curtir essa sexta feira juntos chama aí xxxxxxxxxxxx" (PERFIL 110, 2019) que convoca um par para interação em uma sexta-feira.

No nível discursivo temos um homem jovem como ator do discurso que procura por um sujeito enunciatário disposto a curtir uma sexta-feira juntos. A imagem enunciada é séria e sóbria comparada às outras duas versões.

As debreagens da enunciação são: a debreagem de pessoa em primeira pessoa do singular, um *eu* na linguagem visual e verbal. A debreagem do tempo é um *agora* da enunciação e a debreagem de espaço é o *aqui* figurativizado pelo local que o jovem homem se encontra.

No nível narrativo temos a manipulação por tentação na qual o sujeito destinador-manipulador propõe ao destinatário-manipulado que a sexta-feira seja curtida juntos e oferece como vantagem a imagem de um homem bem vestido à beira de uma lagoa com o qual o dia será aproveitado.

No nível fundamental, a oposição descontração *versus* seriedade engendra o sentido do perfil: é um homem em busca da descontração vivida em uma sexta-feira. Nesse dia a seriedade não faz parte do contexto. No texto verbal, o verbo “curtir” tonaliza a informalidade do convite feito ao enunciatário. Sendo assim, o terceiro enunciador é o enunciador que sugere maior disposição para a interação face a face e que possibilita maior êxito por meio do *éthos* do conquistador descontraído veiculado no perfil.

Finalmente, com o Camaleão vimos como é possível manobrar a imagem apresentada a fim de manipular quem interessa como par de interação. O uso das estratégias de debreagem e as figurativizações das linguagens possibilitam que o perfil tenha um caráter amorfo e sofra ajustes plásticos em suas linguagens para se tornar mais adequado à proposta oferecida ao enunciatário.

6 CONVERGÊNCIAS

6.1 Recorrências dos *éthe* nos perfis de análise

Percebemos durante o recolhimento das amostras, que os textos exibiam características em comum: a formatação, visto que todos possuem recursos iguais para serem produzidos e o conteúdo. Os conteúdos das apresentações convergiam, de diferentes maneiras, para um tipo de texto no qual um sujeito faz uma boa impressão de si mesmo para manipular um outro sujeito do qual se espera uma reação. Reação essa que corresponda às expectativas de ser atraente para alguém. Diante dessas convergências, o perfil é um tipo de texto que atribui ações de transformação dos sujeitos e dos estados dos seus sujeitos pelo percurso narrativo do destinador-manipulador, também conhecido como percurso da manipulação (BARROS, 2001, p. 36).

No *corpus* o tipo de manipulação mais encontrado foi o da *tentação*, está presente em sete perfis. O outro tipo, a *sedução*, foi detectado em dois perfis. Destacamos que não encontramos a manipulação por *provocação* nem a por *intimidação*. Quanto ao tipo da manipulação por *intimidação* acreditamos que não esteja presente por algumas razões, a saber: a manipulação por *intimidação* pressupõe uma ameaça explícita do sujeito destinador para o sujeito destinatário. Na ambiência digital da conquista e paquera *on-line* a discursivização de uma ameaça não é bem-vinda na comunidade. A ameaça é tida como um sinal de perigo e o perfil pode ser denunciado por não estar adequado às práticas culturais permitidas na plataforma. Logo, o uso desse artifício não é prolífico ao usuário.

Ao iniciar este estudo, a primeira hipótese que tivemos foi a de que se o conteúdo do perfil modifica o *éthos* veiculado, os enunciatários vislumbrados e engendrados pelo sentido do texto estão manobrados de acordo com a imagem oferecida do enunciador. Isso posto, constatamos sobre o *éthos* do aplicativo *Tinder* que: o texto é sempre de um enunciador se apresentando à procura de um enunciatário. Nesses textos, entre o mínimo de zero caracteres e o máximo de 500 caracteres, os enunciados são de caráter persuasivo independente de quais sejam as figurativizações do nível discursivo. Dessa forma, os perfis são variantes em uma plataforma de conduta regulamentada. Esse dado indica que os enunciadores dos perfis individuais variam e flutuam de acordo com o bel prazer do usuário e não modificam o *status* de finalidade do aplicativo. Já que essas modificações não interferem no *éthos* do aplicativo *Tinder*: o *éthos* do aplicativo sempre se mantém como o de um sujeito que visa à sedução, à

conquista, à interação e à manipulação, logo, não sofre alteração pelas escolhas individuais dos usuários-autores.

Por essa razão, o sujeito actante manipulador conduz a idealização do enunciatário na narrativa e encontra sustento nas técnicas de edição: as informações dadas ao enunciatário são selecionadas ante uma gama de infinitas possibilidades para apresentar e organizar um *éthos* sedutor. Dessa forma, são as debreagens em primeira pessoa do singular ou primeira pessoa do plural que conferem um valor de verdade subjetiva ao que está escrito no texto. É o *eu*, ou o *nós*, projetado que convence o outro e não a pessoa de carne e osso do mundo natural como visto com *O camaleão* e as suas três versões diferentes com um mesmo enunciador.

Consequentemente, os atores são discursivizados a partir do *éthos* do *Tinder* e os enunciados têm propósitos manipulativos da temática de conquista, portanto, o papel temático dos textos pode ser sintetizado pelo *papel temático do conquistador* (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 453). É esse papel que converge com o objetivo da paquera *on-line*: conhecer pessoas, seja para fazer amigos, ter encontros sexuais esporádicos ou encontrar um grande amor. Desta forma, a junção das debreagens dos actantes narrativos e das figurativizações discursivas encarnam esse papel persuasivo.

Nas figurativizações, o trabalho e o *status* social adquirido pela inserção e participação em uma atividade remunerada é valorizado na prática social do contexto do aplicativo. Apesar do mundo do trabalho estar presente como elemento da fonte atrativa do sujeito, o ato de trabalhar quase não aparece figurativizado no *Tinder*: o mundo do trabalho é citado, mas raramente o ambiente do trabalho e o ator que trabalha é aparente. Visto isso, ter um *status* social por via do trabalho valoriza o *éthos*, e é por essa razão que o nome da instituição de ensino, ou o nome da organização na qual está empregado ou presta serviços é evidenciado no texto. O trabalho é uma das categorias empregadas como características bem quistas, e vistas, no *éthos* do bom conquistador.

Por esse motivo, notamos que a figurativização da linguagem visual é a via da credibilidade do perfil, tanto pelo efeito estético de realidade quanto pelo poder simbólico que oferece ao texto. É a imagem que dá a chance de fazer o actante narrativo ser tangível: é a confirmação do enunciado, seja sincrético ou visual. A linguagem visual é o termo de prova para que o discurso seja verdadeiro aos olhos do outro como nos perfis *A sorridente*, *O pesquisador*, *O casal e o adjetivo* e *O grupo de amigos*. Visto isso, os perfis de mínimas categóricas, *A sucinta* e *O carente* têm maiores chances de serem *curtidos* que os perfis do tipo nulo que são aqueles sem texto verbal, visual ou sem imagens. É por isso que ser visto na

plataforma implica o modo imperativo do verbo *mostrar* aplicado aos usuários: é preciso existir na vitrine.

Por fim, com as recorrências dos perfis analisados percebemos que o *éthos* do *Tinder* é a imagem dada pelo papel temático do conquistador. Essa imagem imutável de conquistador/conquistadora é a imagem das interações de todos os perfis para aqueles que se cadastrarem na plataforma. O que é variante dentro desse *éthos* do conquistador são as figurativizações dadas aos atores dos discursos e os tipos de manipulação usados para persuadir o enunciatário.

6.2 Considerações finais

Os sujeitos interacionais são convocados para a interação por meio da leitura, compreensão e consentimento do *éthos* de conquistador/conquistadora apresentado pelos textos do perfil. Independente de qual seja o percurso da manipulação realizado, é a partir do *éthos* do manipulador que conhecemos o manipulado: é o sujeito que partilha do mesmo código de valores que são investidos nos objetos-valor em jogo na esfera da conquista.

Assim, percebemos que a imagem que alguém faz de si para um outro indica como a organização de determinadas informações edita o universo de características estilísticas, financeiras, psicológicas, sociais e subjetivas de um usuário e o projeta na linguagem.

Isso posto, o estudo dos perfis no ambiente digital do *Tinder* proporcionou a investigação dos textos de interação midiaticizada veiculados na plataforma. Sabemos que o universo é extenso e recortamos do objeto o que nos foi suficiente para iniciar, executar e finalizar a pesquisa. Portanto, esperamos ter contribuído com o nosso estudo e sublinhamos que o *Tinder* continua com territórios não explorados à espera de outros pesquisadores curiosos.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth (org.) **Imagens de si no discurso: a construção do éthos**. São Paulo: Contexto, 2008.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria do Discurso: fundamentos semióticos**. 3. ed. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2001.
- BELELI, Iara. O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais *In: Cadernos Pagu* (44), janeiro-junho de 2015: p.91-114. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8637321/5037>. Acesso em 10 de dezembro de 2019.
- CHEVALIER, Jean e GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números**. 28ª edição. Rio de Janeiro: José Olympio, 2015.
- COSTANTINO, Fernanda Angelo. **Questões identitárias no Tinder: performance de si, autenticidade e gerenciamento da impressão a partir da percepção do gênero feminino**. 2018. Dissertação. Mestrado em Mídia e Cotidiano. UFF, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/6651>. Acesso em 10 de dezembro de 2019.
- FIORIN, José Luiz. **As astúcias da Enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2016.
- FIORIN, José Luiz. **Em busca do sentido: sentidos discursivos**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- FIORIN, José Luiz (Org.). **Introdução à linguística I**. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- FIORIN, José Luiz. Para uma definição das linguagens. *In: Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. OLIVEIRA, Ana Cláudia e TEXEIRA, Lúcia (org.) São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 15-40.
- GREIMAS, Algirdas Julien e COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.
- GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido II: ensaios semióticos**. São Paulo: Edusp, 2014.
- HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>. Acesso em 30 de dezembro de 2019.
- LANDOWSKI, Eric. O semiótico e o seu duplo. *In: LANDOWSKI, Eric e OLIVEIRA, Ana Cláudia. Do inteligível ao sensível: em torno da obra de Algirdas Julien Greimas*. São Paulo: EDUC, 1995, p. 239-265.
- MATCH GROUP. **Mtch**, 2019. Disponível em: <https://www.mtch.com/>. Acesso em 30 de junho de 2019.
- MATTOS, Maria Ângela e VILLAÇA, Ricardo. Interações midiáticas: desafios e perspectivas para a construção de um capital teórico. *In: Revista Comunicação Midiática*, v.7, n.1, p.22-39, jan./abr. 2012.
- MATTOS, Maria Ângela. Capital teórico da interação comunicacional e/ou midiática: comparativo da produção acadêmica publicada no Brasil e México durante a primeira década de 2000. *In: Seminário Desafios e Perspectivas Epistemológicas e Metodológicas do Campo Comunicacional: estudos comparativos internacionais*. MATTOS, Maria Ângela e OLIVEIRA, Max Emiliano (org.) Belo Horizonte: PUC Minas, 2015.
- MÉDOLA, Ana. Lógicas de articulação de linguagens no audiovisual. *In: Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. OLIVEIRA, Ana Cláudia e TEIXEIRA, Lúcia (org.) São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 401-419.
- PELÚCIO, Larissa. Afetos, mercados e masculinidades contemporâneas: notas iniciais de uma pesquisa em aplicativos míveis para relacionamentos afetivos/sexuais. *In: Revista Contemporânea*. Jul-Dez. 2016. v.6, n.2 p. 309-33. Disponível em: <http://doi.editoracubo.com.br/10.4322/2316-1329.016>. Acesso em 10 de dezembro de 2019.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS. Pré-reitoria de Graduação. Sistema Integrado de Bibliotecas. **Orientações para a elaboração de trabalhos científicos**: projeto de pesquisa, teses, dissertações, monografias, relatório entre outros trabalhos acadêmicos, conforme a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). 3. ed. Belo Horizonte: PUC Minas, 2019. Disponível em: www.pucminas.br/biblioteca. Acesso em 19 de abril de 2019

SANTOS, Sheila Cavalcante dos. “**Meu Tinder tá bombando!**”: geolocalização, sociabilidade e vivências da sexualidade. 2016. Trabalho apresentado na 30a Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 03 e 06 de agosto, João Pessoa/PB, 2016. Disponível em: http://evento.abant.org.br/rba/30rba/files/1468606843_ARQUIVO_GT010MeuTindertabombando_Sheila.pdf. Acesso em 16 de dezembro de 2019.

SILVA, Simone Bueno da. **Abordagem semiótica dos perfis autobiográficos nas redes sociais digitais**. 2013. Tese. Doutorado em Comunicação e Semiótica. PUC-SP, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/4525>. Acesso em 18 de janeiro de 2020.

TCHÉKHOV, Anton. **A estepe**: história de uma viagem. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2015.

TINDER. **O que é o Tinder?** Disponível em: <https://tinder.com/>. Acesso em 19 de abril de 2019. (2019a).

TINDER **Gênero** in: Como faço para editar o meu perfil. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/115003339043-Como-fa%C3%A7o-para-editar-meu-Perfil>. Acesso em 05 de julho de 2019. (2019b)

TINDER. **Guia para o Tinder in Tinder**: Visão geral do Tinder.. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/115004647686-O-que-%C3%A9-o-Tinder->. Acesso em 30 de junho de 2019. (2019b) (2019c)

TINDER. **PoweringTinder® - O método que há por trás dos matches**. Disponível em: <https://blog.gotinder.com/powering-tinder-r-the-method-behind-our-matching/>. Acesso em 14 de janeiro de 2020.

TINDER. 2019. **Privacidade**. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/360003082172-Characterização-e-tomada-de-decisão-automática-no-Tinder>. Acesso em 14 de janeiro de 2020.

TINDER. **Regras da Comunidade**. Disponível em: <https://www.gotinder.com/community-guidelines?locale=pt-BR>. Acesso em 14 de janeiro de 2020.

TINDER. **Tinder Plus e Tinder Gold**. Disponível em: <https://www.help.tinder.com/hc/pt-br/articles/115004487406-Tinder-Plus-e-Tinder-Gold->. Acesso em 03 de janeiro de 2020.

VASCONCELLOS, Luiz Paulo. **Dicionário de teatro**. Porto Alegre: L&PM, 2010.

WARD, Janelle. What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app *In: Information, Communication & Society*, 2017. Vol. 20, NO.11, 1644-1659. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2016.1252412>. Acesso em 09 de dezembro de 2019.