

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

CARINA VICENTINI MACHADO

EU, MEUS PERSONAGENS E O JOGO DE PROJEÇÕES:
UMA ANÁLISE DA AUTORREPRESENTAÇÃO A PARTIR DO USO DE
FOTOGRAFIAS NO TINDER

PORTO ALEGRE
2019

CARINA VICENTINI MACHADO

**EU, MEUS PERSONAGENS E O JOGO DE PROJEÇÕES: UMA ANÁLISE DA
AUTORREPRESENTAÇÃO A PARTIR DO USO DE FOTOGRAFIAS NO TINDER**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Ana Taís Martins Portanova Barros.

PORTO ALEGRE

2019

CIP - Catalogação na Publicação

Machado, Carina Vicentini

Eu, meus personagens e o jogo de projeções: Uma análise de autorrepresentação a partir do uso de fotografias no Tinder / Carina Vicentini Machado. -- 2019.

82 f.

Orientadora: Ana Taís Martins Portanova Barros.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Publicidade e Propaganda, Porto Alegre, BR-RS, 2019.

1. Fotografia. 2. Comunicação. 3. Representação. 4. Tinder. 5. Imaginário. I. Barros, Ana Taís Martins Portanova, orient. II. Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Cursos) intitulado Eu, meus personagens e o jogo de projeções: Uma análise da autorrepresentação a partir do uso de fotografias no Tinder, de autoria de Carina Vicentini Machado, estudante do curso de Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, 02 de julho de 2019.

Assinatura:

Prof^a. Dr^a Ana Taís Martins Portanova Barros

CARINA VICENTINI MACHADO

EU, MEUS PERSONAGENS E O JOGO DE PROJEÇÕES:
UMA ANÁLISE DA AUTORREPRESENTAÇÃO A PARTIR DO USO DE
FOTOGRAFIAS NO TINDER

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda.

Aprovado em:
BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr^a Ana Taís Martins Portanova Barros – UFRGS
Orientadora

Prof. Dr. Francisco Santos – UNIRITTER/ POA
Examinador

Prof.^a Dr^a Helenice Carvalho – UFRGS
Examinadora

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, à minha família, por ter me ensinado a importância da educação e das palavras para mudar o mundo. Agradeço também por terem esperança e acreditarem em pessoas boas e tempos melhores. Isso, em 2019, é o que me dá força para continuar lutando. Da minha família, destaco os meus pais. Meu pai, César, um grande sonhador, com o dom das palavras, que me deu força e suporte em toda graduação e especialmente neste trabalho, sempre escolhendo palavras certas para cada momento e conseguindo me tranquilizar de uma maneira sem igual. A minha mãe, que me deu coragem e determinação para voar atrás dos meus sonhos, me incentivou a vir para Porto Alegre e que segurou a saudade em muitos momentos.

Um parágrafo especial para as mulheres da minha família, minha nona, tias, irmã e prima. Mulheres fortes, que me mostraram a força das mulheres, que quando juntas, conseguem superar tudo. Outra mulher forte que tive o prazer de conviver é a minha orientadora. Ana Taís, muito obrigada por todo conhecimento por acreditar em mim e na minha temática quando nem eu acreditava e por conseguir extrair algo muito próximo do meu melhor neste momento.

Agradeço aos meus amigos. Os da época de colégio, Lilian, Tainara, Tainá, Rafael, Luís Felipe, Martini, Monge; os amigos de faculdade: Paula, Isa, Camila, Gisele, Fernanda, Wagner, Jow, Amerian e tantos outros; e aos amigos da vida Pig, Nati e Juju. Agradeço em especial ao Felipe. Muito obrigada por terem me apoiado e por continuarem do meu lado, apesar da minha ausência nos seus aniversários ou pouca resposta no Whatsapp nesse semestre final.

Agradeço ao meu chefe, por ter sido tão compreensivo com as minhas ausências e horários loucos. Agradeço aos meus colegas de trabalho e diretores, por toda força e compreensão neste momento de tensão. Agradeço a Create, que me formou enquanto profissional de mercado. Agradeço aos amigos que fiz lá dentro, em especial o Bruno, Tici, Felipe, Adri, Tati e 18.

Agradeço aos meus grandes educadores da monitoria e atividades complementares à graduação, em especial ao Mauro, responsável pelo NEPTV, por todo o ensinamento passado e apoio, desde a época de nepinha até hoje. Agradeço às professoras do núcleo de fotografia, Sandra e Andrea, por darem espaço e nos

incentivarem a explorar o mundo da fotografia, em seus mais diversos modos. Agradeço a todos os colegas de monitoria, dos nepinhos e dos de foto, agradeço até a falecida “fotograma”, nosso mascote na foto.

Obrigada Colégio Mauá, pelo ensino de qualidade, com certeza foi fundamental para que eu pudesse ver outros mundos, mas destaco ser fundamental o colégio abrir seus olhos para pluralidade existente e deixar o conservacionismo de lado. Agradeço aos meus professores, em especial para Agda, cativante com as palavras até hoje e Samuel pelas provocações e desenvolvimento do meu poder de argumentação. Agradeço às minhas professoras de teatro: Marivone, Cristiane, Simone, vocês fazem parte desse trabalho. Agradeço aos professores Waldy e Cássio, por terem acreditado em mim e me dado um semestre do melhor cursinho pré-vestibular de Santa Cruz, GDE, estou na UFRGS também por causa de vocês.

Agradeço a todos os professores e colegas da UFRGS, bem como à cidade de Porto Alegre, por ter me tornado mais plural e diversa e ter visto que a sociedade é cheia de cores, e cheia de força para lutar por um mundo com direitos iguais e pluralidade nas formas de ser e representar-se.

Agradeço à mãe UFRGS, por me acolher e por me ensinar que ensino público não é balbúrdia, que tem muito conhecimento, muita pesquisa, muita extensão, muita diversidade e muito amor. Vocês são incríveis <3.

“o exterior é um interior elevado ao estado de mistério.”

Novalis

RESUMO

Este trabalho interliga as temáticas fotografia e imaginário, fazendo um estudo do uso da fotografia como forma de representação de valores sociais e psicológicos. Busca entender a representação e autoapresentação de homens com interesse em mulheres de 21 anos em aplicativos de relacionamento. O corpo empírico consiste em 495 fotografias divididas em 86 perfis masculinos no Tinder da cidade de Porto Alegre - RS. As imagens coletadas foram submetidas a uma análise individual e posterior análise coletiva. A avaliação das amostras foi dividida em três categorias: visão geral do uso das fotografias, espaço social de pertencimento e expectativas de projeções no sexo oposto, embasada principalmente no tripé bibliográfico composto por Bourdieu, em suas noções de papel social da fotografia e padrões fotografados; Maffesoli, com as teorias sobre estilo, ideal comunitário, tribos e pertencimento; Jung e seus afiliados, quanto as noções da psique, especificamente self, ego e projeções do *animus*. Foi encontrada uma multiplicidade de fotografias que acaba por revelar padrões sociais, tipos fotográficos, cenários, grupos/tribos, etc. Também foi possível perceber a força do jogo de sedução, que entrega expectativas de projeções que o homem faz de estágios de desenvolvimento da *psíque* da mulher (*animus*), e a descoberta de uma forte aparição do arquétipo *puer aeternus*.

Palavras-chave: Fotografia. Comunicação. Representação. Tinder. Imaginário

ABSTRACT

This monography interconnects themes like photography and imaginary, making a study of the use of photography as a representation form with contains social and psychological values. It seeks to understand the representation and self-presentation of men with interest in 21-year-old women on Tinder. We collect 495 photographs, divided in 86 male profiles of the city of Porto Alegre - RS. The collected images were submitted to an individual analysis and subsequent collective analysis. We divided the images collected in categories: general view of the use of photography, social space of belonging, and the expectations of projections in the opposite sex, based mainly on the bibliographic composed by Bourdieu, and his studies of social role of photography and photographed templates; Maffesoli, with the theories of style, community ideal, tribes and groups belonging; Jung and his affiliates, with the notions of the psyche, self, ego, and animus projections. As result we found a diversity of photographs that reveals social templates of being, photographic types, scenarios, groups / tribes, etc. It was also possible to perceive the force of the seduction game, which expose expectations of projections of the stages of development of the woman's psyche (animus) on men, and the discovery of a big appearance of the puer aeternus archetype.

Keywords: Photography. Communications. Representation. Tinder. Imaginary.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Protocolo padrão elaborado para análises.....	49
Figura 2 - Apanhado flutuante, a multiplicidade nas autorrepresentações e palcos.....	52
Figura 3 – Padrões e intencionalidade na sequência da representação	55
Figura 4 – Exemplos de <i>selfies</i> no espelho e o corpo em destaque	57
Figura 5 – O Acolhimento intimista em <i>selfies</i>	58
Figura 6 – Companheirismo e irreverência com animais de estimação	58
Figura 7 - A praia como expressão do paraíso.....	59
Figura 8 – Vem comigo	60
Figura 9 - A ostentação suburbana ressignificada	61
Figura 10 – “Eu sou do sul” em valores típicos	62
Figura 11 – Sou múltiplo, sou indefinível ou indefinido	63
Figura 12 – Dos homens em facetas e formas pueris	65
Figura 13 - A rebeldia como elemento "adultercente"	66
Figura 14 - Força como manifestação do primitivo.....	68
Figura 15 - Romântico, do singelo ao acolhedor	69
Figura 16 – Eu me mostro elevado, espiritual ou culturalmente.....	71

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	AUTORRETRATO E SELFIE: Explosão da fotografia e representação	16
2.1	Um breve histórico e a importância do autorretrato	16
2.2	Reflexões sociológicas sobre o individual, o imaginário e o social nas <i>selfies</i>	20
3	A CONSTRUÇÃO DO EU SOCIAL (PERSONAGEM).....	26
3.1	Ser ou não ser? Facetas da autorrepresentação.....	27
3.2	As relações do eu com o outro: “eu é um outro”	29
3.3	O eu íntimo: o <i>self</i> e o jogo de projeções.....	31
4	DA CAPTURA AOS FILTROS: A BASE DE REGISTROS E DINÂMICAS ASSOCIADAS	41
4.1	O grande palco dos relacionamentos digitais: Tinder	41
4.2	Objetivos: Colocar em foco uma leitura flutuante sobre múltiplos olhares.....	44
4.3	Recorte e Profundidade de Campo: Definições sobre nosso olhar	45
4.3.1.	<i>O corpo empírico</i>	46
4.3.2.	<i>Metodologias: Passo a passo para emulsionar revelações</i>	48
5	O UNIVERSO MASCULINO NO TINDER	52
5.1	Espaço de Pertencimento: Narrativas e moldes de representação social	55
5.1.1	Fundos, poses e representações fotográficas	56
5.1.2	Figurinos e personagens de grupos: expressões de pertencimento.....	60
5.1.3	A indecisão e multiplicidade em cena	62
5.2	Para além das projeções e máscaras, arquétipos	64
5.2.1	Entre “Peter Pan” e “Pequeno Príncipe”, exposições do <i>puer aeternus</i>	64
5.2.2	Projeção do primeiro estágio de desenvolvimento do animus:	67
5.2.3	Estágio seguinte do desenvolvimento do animus: o romântico	69
5.2.4	A riqueza intelectual como estágio do animus: o Verbo	70
5.2.5	Estágio último de desenvolvimento: a encarnação do pensamento	71
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
	REFERÊNCIAS.....	78

1 INTRODUÇÃO

Antes de revelar especificidades e importância do tema, convém brevemente introduzir elementos que explicam meu interesse e que me levaram optar por esta área de pesquisa para o meu trabalho final. Meus pais sempre acreditaram no poder da arte e da cultura, em função disso, ainda nova, com 10 anos, ingressei no grupo de teatro do meu colégio. Esses sete anos como participante do grupo, foram marcados pela observação da expressão do corpo e seu papel em formas de representar. Da Glorinha à irmã malvada de Don Quixote, encenei propositadamente muitos personagens e também convivi entre demais atores-personagens, em um mundo de simbolismos na representação. Como parte desta experiência, neste grupo, desde cedo, fomos ensinados a observar, entender que o mundo oferece uma série de atos, cenas e personagens. Dele veio o hábito de manter olhar detido no nosso mundo cotidiano, como uma forma de perceber o vestir, andar, falar, entre outras expressões banais, tais como segurar um copo, que construía as pessoas como personagens de si.

Em paralelo, desde os 15 anos pude desenvolver habilidades na fotografia. Desde cedo me fascinava a ideia de eternizar pedaços de mim e minha vida em fotografias: coisas e pessoas que eu gostava, o que me chamava atenção; expressões do meu olhar sobre aquilo que tocava minhas emoções, mesmo não sabendo explicar o porquê. Tudo isso ainda em um mundo muito restrito, de cidade de interior (Santa Cruz do Sul), que representa um pequeno recorte pouco representativo do mundo de possibilidades e pluralidades que nos cercam.

Ainda lembro hoje de cada milésimo de segundo do dia que vi minha vida mudar ao ver meu nome no “listão” da UFRGS. Aos 17 anos tive a primeira grande mudança: vim para Porto Alegre, em busca da realização de um grande sonho: me formar publicitária. Tal mudança me apresentou um mundo mais plural, múltiplo e rico em diversidades que até então eu tinha pouco contato. Emocionada com o novo mundo a descobrir, busquei por atividades extraclasse que pudessem complementar ainda mais o meu estudo e busca por conhecimento.

Logo no primeiro semestre fui acolhida no Núcleo de Ensino e Produção em Televisão – NEPTV, onde permaneci na monitoria por três semestres, seguida de um ano no espaço ao lado, a monitoria de Fotografia. Em comum estas experiências me permitiram avançar sobre o trabalho com as técnicas de registro em imagens,

sejam elas fixas ou em movimento. Tais conhecimentos me permitiram explorar ainda mais esse universo de representação visual de elementos através da criação da imagem.

Um pouco mais para o fim desta trajetória na graduação, fui apresentada à obra “A Representação do Eu na Vida Cotidiana”, de Goffman, que une o teatro com a representação. Por meio do discurso, a obra apresenta um jogo de projeções de personagens que tem por base o esperado pelo público. Tal leitura me fez indagar sobre tais representações no campo das imagens. O que elas poderiam nos dizer, o que significa a sua composição, o que não está descrito ou evidente ao primeiro olhar, mas que discretamente acabam por revelar?

Tais questões, em conjunto com as minhas experiências e vivências anteriores fizeram com que eu quisesse entender melhor os papéis existentes na sociedade, a partir do estudo das fotografias. Imaginário (através do subjetivo), fotografia (como expressão do olhar) e representação (teatro). Eu não podia ter escolhido algo mais “eu”.

É sobre essa diversidade de interesses que o presente trabalho de conclusão de curso começou a se debruçar, tudo em meio a um mundo que se transforma e redimensiona em espaços digitais, cada vez mais diversos, acessíveis e universalizados. Mas como o mundo é muito plural e tal área de pesquisa nos mostrava diversos caminhos, tivemos que definir um recorte, que foi a busca por levantar possibilidades sobre a forma com que os homens se representam através das fotografias, a forma como selecionam suas imagens para compor os seus perfis em aplicativos de relacionamento.

A escolha de trabalhar apenas com um dos gêneros deu-se para podermos aprofundar mais a análise, trazendo uma riqueza de detalhes na busca do entendimento de papéis sociais e indicadores subjetivos de projeções psíquicas da representação masculina. Como a academia possui um universo mais amplo de análises sobre a construção da imagem feminina, optou-se pelo contraponto, a busca pelo entendimento da construção e representação dos homens.

Neste meio das plataformas de *online dating*, o Tinder foi utilizado como objeto por possibilitar um grande número de filtros (idade, gênero, sexualidade, localidade, etc.), além de ser uma das plataformas deste segmento mais conhecidas. Também se percebe que existem poucos trabalhos conhecidos sobre o Tinder, e seu campo de análise ora explora sua popularidade enquanto aplicativo de

relacionamento, ou avançam pelo viés da midiaticização e de mediação. Neles se busca entender a imagem que as pessoas têm do aplicativo, não necessariamente sobre a construção do personagem neste palco, espaço que percebemos que poderia ser mais profundado.

Traçamos então, como objetivo principal, compreender e levantar hipóteses sobre os modos de autoapresentação e representação dos usuários no Tinder, orientando a análise pelo o que o campo fotografado representa. Nos objetivos específicos buscamos, inicialmente, mapear perfis do Tinder quanto as características gerais em comum apresentadas nas fotografias: se posadas, se do tipo *selfies*, quantas fotos foram utilizadas, em quais lugares, etc. Em seguida buscamos levantar elementos visuais que indiquem pertencimento social e expectativas do usuário de projeção do *animus* por parte do conjunto de usuárias às quais o perfil é supostamente dirigido. Ao fim, procuramos fazer o cruzamento das identificações tribais e representações com expectativa de projeção do *animus*, traçando linhas de força imaginário autorrepresentado.

O estudo está dividido em seis capítulos, sendo o primeiro a introdução. O segundo capítulo discorre sobre a expansão e massificação da fotografia, desde o seu primeiro registro, conhecido como sendo o de Niépce até hoje, com evidente profusão e acessibilidade (SILVA, 2010). Para entendermos a fotografia como espaço de materialização de si, amparamos nossa pesquisa em Bourdieu (1990, 2006 apud PONTES, 2014; DE PAULA; MARQUES, 2010) e Maffesoli (1995), autores que trabalham a imagem como portadora de indicadores sociais. De Bourdieu, trouxemos conceitos como papel social e narrativa prévia; já quanto a manifestações de estilo coletivo, forma formante, imagem religante, pertencimento, ideal comunitário foram baseados nas leituras de Maffesoli.

No terceiro capítulo, buscamos aprofundar nessa construção do “eu” social, encontrando amparo no Teatro, a casa das representações, com Goffman (2002). Trabalhamos com conceitos como máscaras, fachada social, e noções de representação para os públicos. Sentimos a necessidade de expandir um pouco mais em Maffesoli, aos agrupamentos e tribos. Destacamos que os seres humanos podem ser múltiplos, multifacetados (HALL, 2002). O recorte ainda mais profundo foi inserido no trabalho a partir das teorias da psique jungianas, trazendo conceitos como self, ego, projeções da *anima* e *animus*, bem como seus estágios de maturação. Em paralelo a isso, e posterior inserção em função das diversas

aparições da infantilidade na pesquisa, buscamos entender o arquétipo do *puer aeternus*. Para esses conceitos, utilizamos como referência autores como o próprio Jung (1964), Franz (1985, 1981).

O quarto capítulo é onde apresentamos da captura aos filtros: o corpus empírico e dinâmicas associadas. Descrevemos o nosso grande palco dos relacionamentos: o Tinder, com suas características, público alvo, funções, filtros, e modo de funcionamento. Em seguida enumeramos nossos objetivos e os critérios para coleta do corpo empírico, formado a partir de fotografias coletas no Tinder em duas conhecidas regiões boêmias de Porto Alegre: Padre Chagas e Cidade Baixa. Fechamos o capítulo com as metodologias utilizadas: leitura flutuante de imagens e construção de um protocolo padrão embasado nas teorias apresentadas nos capítulos anteriores. O protocolo foi dividido em categoria 0, onde analisávamos características mais gerais da fotografia, tais como quantidade de fotos, fotos posadas, aparição de *selfies*, etc. A primeira categoria, que é composta pela descrição do espaço social de pertencimento: cenário, temáticas, grupos, se posse de bens materiais, etc., uma análise social. E uma análise mais psicológica, na segunda categoria, onde buscamos identificar possíveis indicadores de projeções dos quatro estágios do *animus*: a força física, ideais românticos, busca pelo conhecimento e sabedoria de vida. Destacamos também o aparecimento de características da infância que possam revelar um *puer aeternus* residual, deixando um espaço para comentários gerais e palavras chaves de cada perfil individual.

O quinto capítulo agrupa a nossa análise, que une elementos coletivos combinados com a identificação de elementos individuais dos indivíduos da amostra. Este capítulo se organizou na apresentação de características que se destacaram ao longo da pesquisa, tais como: análise da composição e sequências de foto dos perfis, busca de padrões que se repetem (de conteúdo ou estéticos), aparições de grupos e características culturais, retratos de uma identidade ainda em construção, aspectos do *puer aeternus* residual e indicativos de elementos que entregam possíveis projeções de cada um dos estágios do *animus*. O último capítulo contém as considerações finais, onde destacamos alguns resultados encontrados na análise, bem como outros caminhos de desenvolvimento e seguimento da pesquisa em questão.

2 AUTORRETRATO E SELFIE: Explosão da fotografia e representação

Desde a primeira fotografia conhecida, registrada em 1822, pelo inventor francês Joseph Nicéphore Niépce (SILVA, 2010), até hoje, com a massificação dos registros fotográficos e compartilhamento diário nas redes sociais, um mundo de realidades imagéticas se constrói e transforma as relações humanas a partir de um novo ponto de vista: as fotografias agora ocupam o papel de protagonistas nas relações cotidianas, sendo uma forma de comunicação, representação e identificação capaz de transformar signos e significados e aproximar as pessoas.

Em uma pesquisa estadunidense disponibilizada pela Hightable¹ estima-se que, apenas nos Estados Unidos, no ano de 2012, a cada 2 minutos, ter-se-ia fotografado o equivalente à soma de todas as fotos clicadas durante o século XIX. Em 2017, Sundar Pichai, CEO da Google tornou público no evento I/O² o dado de que mais de 1,2 bilhão de fotos são publicadas no Google todos os dias (PAYÃO, 2017). Porém, não estão acessíveis dados atuais de outras redes sociais, tais como Instagram e Facebook, nem de fotografias armazenadas em celulares ou nos cartões de memória das câmeras fotográficas. A quantidade de fotos tiradas hoje é imensurável. A fotografia vem “expandindo-se e reproduzindo-se *ad infinitum* em imagens que flutuam livremente para serem capturadas em narrativas universais ou particulares que variam tanto quanto as próprias imagens” (PONTES, 2014, p. 267). Mas, até chegar nesse ponto, muita coisa se passou.

2.1 Um breve histórico e a importância do autorretrato

Antes de 1839, ano em que a fotografia se tornou pública, o homem só tinha acesso a sua própria imagem pelo espelho ou através de pinturas, recursos disponíveis apenas para a aristocracia. Como explica o fotógrafo e professor Leopoldo Plentz "com a popularização das fotografias, explodiu uma demanda anteriormente reprimida. Todos queriam ser retratados" (2011 apud ESPM, documento eletrônico). Na virada do século a fotografia de retratos torna-se uma verdadeira febre. Como consequência da ascensão social europeia, cidades como Paris e Londres são tomadas por estúdios de retratistas. Ainda segundo Plentz

¹ Segundo o site Canaltech, 2012, em infográfico elaborado pela Hightable.

² Conferência de programadores organizada anualmente pela Google em São Francisco. Artigo escrito por Felipe Payão para o site Tecmundo.

(2011), o fotógrafo francês Disdéri teve um papel importante para a acessibilidade dos autorretratos ao inventar a *carte de visite*, uma fotografia barata e de menor formato. Além do baixo custo da impressão, o fotógrafo também ofertava vestimentas sofisticadas, para que os fotografados se sentissem bem vestidos e, portanto, mais próximo da elite.

A popularização da fotografia ganhou ainda mais força quando, em 1900, foi lançada a primeira câmera popular, Kodak Brownie, custando apenas US\$ 1. Com isso, a fotografia deixa de ser elitista e populariza-se, possibilitando a um público mais amplo o poder de capturar e compartilhar seus retratos. Pierre Bourdieu (2006, p. 31 apud DE PAULA; MARQUES, 2010, p. 17) defende que a fotografia é a “única prática com uma dimensão artística acessível a todos”, assim como “o único bem cultural universalmente consumido”.

Com o passar dos anos, a popularidade das fotografias cresceu. Mais pessoas tinham acesso às câmeras e podiam se fotografar. O autorretrato foi ganhando corpo, como diz Charles Baudelaire (apud ESPM, 2011, documento eletrônico)³, “um retrato, o que poderia ser mais simples e mais complexo, mais óbvio e mais profundo?” Hoje em dia, a fotografia é ainda mais acessível e fácil de ser capturada, editada, arquivada ou compartilhada, graças aos dispositivos móveis. Todos os novos modelos de smartphones tem a câmera fotográfica como recurso básico. Não é à toa, também, que um dos principais itens que evoluem conjuntamente aos modelos de celulares é a qualidade da câmera (resolução sempre maior) e novas funcionalidades para fotografia (modo retrato, filtros etc.). A capacidade de fotografar está literalmente na palma da mão da maior parte da população.

É justamente essa facilidade, acessibilidade e portabilidade, além do grande crescimento de sua popularidade e volume, que faz da fotografia o meio ideal para explorar as maneiras pelas quais as pessoas se representam perante ou nelas. Como diria Koury (2010, p. 37 apud PONTES, 2014 p. 267), a fotografia é “produto e produtora de significados, estéticos ou morais, que remetem a uma possível percepção de uma estrutura social e de sua rede organizativa de possíveis individualizações”. Em outras palavras, a ampla difusão de dispositivos fotográficos permitiu que o sujeito, individual, social e difuso, assumisse o papel de protagonista

³ Segundo artigo: “das origens à contemporaneidade do autorretrato”. Centro de Fotografia ESPM, publicado em 4 mai. 2011.

na geração de imagens que alimentam sua autorrepresentação. Em se tratando de aplicativos de *online dating*⁴, o sujeito ainda assume o controle, com critérios intencionais ou não, da forma como se representa na busca por novos relacionamentos.

Uma das grandes tendências da fotografia do século XXI é a chamada “*selfie*”⁵. Profusão e variedade. As redes sociais foram literalmente invadidas por ondas de autorretratos, na forma *selfies*, a ponto receberem gíria e funcionalidades próprias classificáveis em tipos, como: a *belfie* ou *buttselkie*, que mostra a parte traseira do corpo, com intenção de valorizar os atributos físicos; *drelkie* (*drunk+selfie*), que retrata os excessos com bebida alcoólica; os *felkie* (*farmer+selfie*) onde transparecem as imagens características do meio rural; a *footie* (*foot+selfie*), onde o foco são os pés em posição confortável, retratando momentos de relaxamento; as *groupie* (*group+selfie*), normalmente descontraídas onde o indivíduo se coloca em meio a um grupo; as *helfie* (*hair+selfie*), onde o destaque é dado para os cabelos, particularmente para penteados, entre tantos outros. (MILLER et al., 2016; FAUSING, 2014).

Estes tipos de *selfies* são interessantes pois expressam padrões estéticos e, sobretudo, intencionalidades muito específicas, ainda que eventualmente possam ser reproduzidos de forma involuntária. Há, obviamente, espaço para aprofundar os estudos nesses padrões de narrativas fotográficas, mas, para os objetos de nossa análise, interessa também ter uma mais clara noção do que a *selfie* e suas variações expressam na construção da autoimagem utilizada pelo usuário de *online dating*. Tampouco, socialmente falando, o que essas *selfies* podem significar? Qual o papel da fotografia, o que ela representa e como as pessoas se representam perante ela?

As *selfies* assumem lógicas e dinâmicas próprias, formas sugeridas de autorrepresentação: posicionamento, significados, conteúdos, etc. A transitoriedade em um mundo líquido é um destes aspectos na medida em que a velocidade dos

⁴ “*Online dating*” é uma expressão criada a partir de uma categoria de sites que surgiu para favorecer a busca de relacionamentos a partir da internet. Com a popularização dos *smartphones*, e ampliação de seus recursos de processamento e fotográficos, passaram a surgir aplicativos com a mesma proposta, incluindo recursos mais precisos, como os de portabilidade e geolocalização, por exemplo. Uma definição mais breve pode ser encontrada em Casimiro. Indica que são “Redes sociais que pretendem promover o encontro de parceiro(s) amoroso(s)/sexual(ais)”. (2014, p. 121 apud SEPÚLVEDA; VIERA, 2017, p. 155).

⁵ “Forma de fotografia em que fotógrafo tira uma foto de si com um celular ou webcam e a compartilha nas redes sociais” – Verbete do ano de 2013 destacado pelo dicionário de Oxford/Lexico, com tradução nossa. Do Inglês (EUA): “A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via social media”.

processos de produção e veiculação deslocam o papel de registro do indivíduo (eu estive, eu sou) para a exibição em tempo real de uma espetacularização do presente (eu estou, eu fiz), onde o sujeito escolhe seu personagem e muitas vezes assume estéticas próprias deste novo formato fotográfico. Ou, como diz Isaac Pipano (2017, p. 65), “Imagem-gesto, a *selfie* se constitui como uma prática da imediata fusão do corpo e o entrelaçamento radical da experiência à sua reprodução e conseqüente consumo enquanto imagem, sempre no presente, a um passo do apagamento, esquecimento e dissolução temporal”.

O reaproveitamento desta *selfie*, fragmentada e liquefeita para uma plataforma de *online dating* passa a ser, então, um resgate do eu transitório para a representação de um *momentum* em que tenta fixar uma definição atraente de si mesmo. Ou seja, cristaliza momentos que valorizam a performance, segundo André Brasil (2011, p. 5), “um corpo que se expõe e ao se expor cria a situação na qual se expõe, não sem, no mesmo gesto, criar-se a si mesmo”.

Levando em consideração que os registros fotográficos passaram a ser uma das formas mais corriqueiras da construção discursiva dos sujeitos no mundo contemporâneo, pode-se destacar a importância do controle da imagem pública, onde o sujeito tem o poder de escolher como se apresentar através das imagens. Tal característica fica evidenciada quando a fotografia passa a tomar papel cada vez mais importante no jogo de sedução, isto é, na busca de novas relações (sejam elas amorosas ou não) como é o caso de aplicativos de *online dating*, exemplo Tinder.

Para além da expressão social, os modos de relacionamento e suas dinâmicas se transformaram radicalmente nos tempos atuais no que Bauman (2004) caracteriza como “Amores Líquidos”, onde nada é feito para durar, tampouco é sólido. Num universo de relacionamentos onde reina a insegurança, a efemeridade, o descarte e a fluidez, aplicativos como o Tinder se transformaram em mecanismos extremamente populares na busca por relacionamentos, sendo natural entender que as pessoas o utilizam como palco para representarem-se.

No Tinder, o papel das imagens é primordial. É sobre elas que se concentram as primeiras impressões, que podem influenciar a decisão de num simples movimento para esquerda ou direita, de ser rejeitado ou aceito. Neste contexto, os cuidados com a imagem é refletido na forma como as pessoas se apresentam no

aplicativo, não apenas enquanto indivíduos, mas também na imagem que constroem, sua inserção no mundo, como veremos.

Este é um universo extremamente rico para análise, o que nos fez entender que é um momento propício para o estudo de como ocorre a autorrepresentação do sujeito no Tinder. Para isso, ancoramos a fundamentação teórica na área da sociologia, que com o passar dos anos tem cada vez mais tomado a fotografia como um indicador para o estudo do social. Assim, recorreremos ao Maffesoli (1995), com suas teorias sobre imagem e imaginário; Bourdieu (1990, 2006 apud PONTES 2014, DE PAULA; MARQUES, 2010) e suas pesquisas como base de análise para o viés social das fotos.

2.2 Reflexões sociológicas sobre o individual, o imaginário e o social nas *selfies*

No mundo das *selfies*, poder-se-ia esperar que o comportamento individualista dominasse o social, mas os estudos de Maffesoli (1995) nos fizeram pensar o contrário. O sociólogo francês questionou a corrente do individualismo, defendendo a volta do que chamou de “ideal comunitário”. Em seu livro “A contemplação do mundo” (1995), apresenta uma relação um tanto quanto biológica das novas configurações do mundo. Segundo ele:

Há alguns decênios, está-se esboçando uma profunda metamorfose que, de uma maneira orgânica, opera a partir de germes preexistentes. Os germes já foram identificados como tribalização, cultura do sentimento, estetização da vida, predominância do cotidiano. Eles estão em vias de construir uma nova configuração do mundo, que se pode lamentar ou regozijar [...]. (MAFFESOLI, 1995, p. 25).

Maffesoli (1995) acredita que a sociedade está sendo dominada por forças, sentimentos como o de tribalização: a divisão da sociedade em pequenas “tribos” ao redor de ideais comuns, a cultura do sentimento ou do pertencimento; aquela vontade de estar junto ao próximo vivendo emoções comuns, uma “estetização da vida”: os reflexos de um estilo que caracterizam e agrupam os indivíduos, e, por fim, a predominância do cotidiano: o presenteísmo, a importância do aqui e agora.

Tribalização, cultura do sentimento (ou pertencimento), estetização da vida, predominância do cotidiano: o individual já está supersaturado, sendo substituído pelo ideal comunitário, pelas emoções compartilhadas. Tais ideais se refletem também, nas imagens. Nas palavras de Maffesoli (1995, p. 131), “Por um lado, o

bombardeio de imagens e as diversas fascinações que isso não deixa de ter, engendram uma espécie de sideração, uma aceitação daquilo que é, um amor pelo próximo, por aquilo que se vê [...]”.

A respeito da imagem, Maffesoli (1995) busca entender os reflexos do coletivo na própria estética, defende a existência de um estilo que, segundo ele, “[...] não se reduz à arte, mas que remete às emoções partilhadas e aos sentimentos vividos em comum” (MAFFESOLI, 1995, p. 34). Para o autor, o estilo é um signo que torna visível a manifestação da cultura como sua totalidade; é aquilo que projeta as ideias, o imaginário, que reflete o pensamento e o sentimento coletivo.

O estilo passa a ser, então, o caráter essencial desse sentimento de coletivo, torna-se uma ““forma formante” que dá origem a todas as maneiras de ser, costumes, representações, modas diversas pelas quais se exprime a vida em sociedade” (MAFFESOLI, 1995, p. 26). O estilo se manifesta nas preocupações “culturais” onde o corpo, produto ou ideia é uma globalidade que não pode existir sem a sua forma, ou sem ser colocado em forma (estilo).

Seja o corpo que se constrói, a aparência individual que se cuida, a produção de ideias que se procura bem-apresentar, o produto industrial que vai se estetizar [...]. Há uma preocupação “cultural” [...] que considera que o produto, o corpo, a ideia, o programa, etc. [...], é uma globalidade, ou ainda que seu “fundo” não poderá existir sem a sua “forma”. (MAFFESOLI, 1995, p. 33).

Se esse estilo é forma formante que projeta e materializa o pensamento, no imaginário de uma cultura, ler uma fotografia pode ser muito mais complexo do que apenas identificar a forma e os elementos que a compõe. Uma imagem traz consigo um conjunto de significados que permite analisar até o mais profundo do indivíduo, o imaginário, permitindo descobrir alguns de seus estilos e mistérios que ele na foto escondeu.

Um pouco antes de Maffesoli, em 1965, Bourdieu desenvolveu uma pesquisa sobre fotografia que teria como finalidade a construção de uma teoria geral da estética. No entanto, foi surpreendido ao encontrar na fotografia uma importante prática social. Como ele mesmo cita: “[...] parece que encontrei muita coisa nesta caixa de sapatos” (BOURDIEU, 2006, p. 31 apud DE PAULA; MARQUES, 2010, p. 17). Bourdieu (1990 apud DE PAULA; MARQUES, 2010) acredita que a fotografia cotidiana pode servir de apoio para a análise dos indivíduos através da identificação

das suas relações sociais com outros grupos específicos e até da sua estrutura de construção de discurso com universos globais e particulares.

Para ele, a fotografia pode não apenas nos informar a posição e situação capturadas pela imagem, mas também o conjunto de relações e esquemas socialmente compartilhados que fazem parte construção dos indivíduos e o grupo social a que pertence. O autor acredita, portanto, que seria possível pautar uma discussão sociológica da fotografia sem fazer uma leitura psicológica dela e sem seguir a lógica da estética pura (que originalmente ia contra os usos sociais da obra de arte).

Tais pensamentos ressignificam a fotografia para uma prática mais complexa, com forte conexão com as noções de identidade individual e grupal. Maffesoli (1995, p. 35) vem ao encontro a Bourdieu quando diz que “A imagem é consumida, coletivamente, aqui e agora. Ela serve de fator de agregação, permite perceber o mundo, e não representá-lo”. Para Maffesoli, a significação das imagens e a sua passagem “de “louca” para “religante”” (1995, p. 18) “permite o reconhecimento de si a partir do reconhecimento do outro” (1995, p. 115). Independente de qual sua dimensão - imaginário ou real - representa uma forma de criar vínculos, de relacionar os elementos do mundo, sejam eles indivíduos, ideias, objetos ou até mesmo espaços.

Neste aspecto, é importante resgatar Jung (1985, p. 32-33) quando afirma que “Parte do inconsciente consiste, portanto de uma profusão de pensamentos, imagens e pressões provisoriamente ocultos e que, apesar de terem sido perdidos, continuam a influenciar nossas mentes”. Porém, fazer essa interpretação pode ser mais difícil do que parece. O próprio Maffesoli (1995) reconhece que, apesar de acreditar em um estilo coletivo, todo ser é heterogêneo e pode inclusive ter tendências contraditórias.

Nesta mesma linha, Hall (2005) afirma que um mesmo indivíduo, ainda que com identidade definida, está sujeito à fragmentação e contradição, quando diz:

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tomando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. (HALL, 2005, p. 12).

Maffesoli (1995) tipifica tal pensamento através do que chamou de “interação dos estilos” com os quais os indivíduos se identificam e pelos quais se diferenciam em um nível mais básico, mas sempre respeitando o conjunto de características que fazem parte do estilo global. Outro fator que dificulta a percepção desses padrões é a dinamicidade do estilo global: ele é flexível e vive em movimento de acordo com os contornos do modelo cultural da época em questão.

Para Maffesoli (1995), a imagem liga o indivíduo com o mundo; para Bourdieu (2006 apud DE PAULA; MARQUES, 2010), é uma “caixa de sapatos” pronta para ter seus mistérios desvendados. Assim, para ambos, a imagem é importante não por apenas suas qualidades intrínsecas, mas como uma prática social de massa que permite estudar a sociedade e suas relações. Neste universo onde as redes sociais potencializam e são potencializadas por este conjunto de fenômenos, é importante tentar entender as lógicas do *online dating* e suas próprias peculiaridades ou reproduções de padrões.

Em 2015, o Tinder já era o aplicativo de relacionamento para dispositivos móveis mais usado no Brasil, com mais de 10 milhões de contas ativas e crescimento de 2% ao dia⁶. O aplicativo disponibiliza novas atualizações de interface aos usuários que cada vez mais destacam as fotografias e deixam o texto de modo secundário. A fotografia é a primeira informação visível, a que mais ocupa espaço na tela e, por conseguinte a que mais é percebida pelos usuários. Não é de se surpreender, portanto, que cada uma das nove fotografias⁷ tende a ser selecionada minuciosamente pelos usuários, buscando sua melhor representação para garantir os tão desejados *matches*⁸.

O Tinder acaba por refletir características presentes na sociedade de modo geral. A própria disposição das imagens, tais como ferramentas mercadológicas, pode estar se tornando cada vez mais, parecido com um “catálogo de pessoas”, onde as fotos ganham mais espaço e as pessoas ficam parecendo produtos a serem selecionados. O próprio Bauman denuncia a precarização das relações e formas de apresentação quando afirma que “Numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os

⁶ De acordo com o CEO da companhia, em entrevista dada ao UOL, 2014.

⁷ Aplicativo versão 10.11.0, abril 2019.

⁸ Um “*match*”, ou “combinação”, ocorre quando dois usuários se dão *like* mutuamente. A partir desse momento o perfil com quem o usuário deu *match* fica em destaque e abre o campo para conversa.

contos de fadas” (2008, p. 22). Levando em conta, também, esta percepção de consumo em uma dinâmica de relacionamentos na sociedade atual, perguntamos: o que os usuários gostariam de mostrar através do uso da fotografia em seus perfis? Como se representam? O que querem dizer com as suas fotografias? De que formam alinham seus perfis a partir da expectativa de seus eventuais pares?

Com base em Bourdieu e teóricos que aprofundaram seus estudos, Pontes (2014, p. 269) aponta níveis distintos para a compreensão da fotografia cotidiana como “instrumento gerado e gerador de significados”. Primeiramente, defende que a escolha do objeto fotografado é indicadora de um “sistema de esquemas de percepções, pensamento e apreciação que são compartilhados por um grupo” (PONTES, 2014 p. 269). Ou seja, o que foi escolhido para se fotografar, conteúdo, padrões fotográficos, são indicadores da percepção de um indivíduo, do que ele acredita e do que ele gosta e do grupo a que faz/gostaria de fazer parte. O ato de tirar uma foto é, assim, um roteiro a ser seguido, uma “narrativa prévia” que é incorporada “por atores nas suas experiências cotidianas” (PONTES, 2014, p. 269).

De acordo com essas percepções dos indivíduos, com base nos grupos e nesse pré-roteiro, podemos indagar sobre o próximo nível proposto por Pontes, a delimitação de um “grupo de objetos fotografáveis” (PONTES, 2014, p. 269), ou seja, cada indivíduo já teria inconscientemente ou não um conjunto de objetos ou até mesmo padrões fotográficos previamente definidos. Tal fator está fortemente conectado ao que é apresentado pela autora como a “apropriação de valores estéticos pertencentes a um grupo restrito de indivíduos” (PONTES, 2014, p. 269). Esta colocação reforça a ideia de uma “estética do cotidiano” (MAFFESOLI, 1995) e de uma organização das formas de olhar e capturar imagens no mundo com base no estilo atual. É o que Maffesoli (1995, p. 26) chamou de “forma formante”: um contorno que permite entender sobre o indivíduo bem como de todo o conjunto social que o circunda, a partir das imagens que compartilha. Indo além, Jung (1985) defende que muitos elementos presentes no imaginário inconsciente remontam de uma forma de expressão mais primitiva. “Essas associações “históricas” são um elo entre um mundo racional da consciência e do mundo do Instinto.” (JUNG, 1985, p. 47).

Neste sentido, Bourdieu (1990 apud PONTES, 2014) afirma que apesar de o indivíduo não precisar de conhecimento técnico ou científico prévio e consistente

para capturar imagens - visto que pode aprender as habilidades necessárias com a própria prática - ele tem a possibilidade de escolher o que está sendo fotografado e como será representado. E esta escolha que é, até certo ponto, inconsciente, pode acabar por incluir respingos de valores estéticos e ético-morais vivenciados por ele e pelo grupo que pertence.

No entanto, mesmo quando a produção da fotografia é inteiramente relegada ao automatismo da câmera, o ato de fotografar é ainda uma escolha que envolve valores estéticos e éticos; se, de maneira abstrata, a natureza e o desenvolvimento da tecnologia fotográfica tendem a transformar todas as coisas em 'objetivamente fotografáveis', ainda permanece sendo verdade que embora exista um número teoricamente infinito de fotografias tecnicamente possíveis, cada grupo escolhe um número finito e bem definido de sujeitos, gêneros e composições. (BOURDIEU, 1990 p. 6 apud PONTES, 2014, p. 268).

Os aspectos estéticos da fotografia serão, portanto, frutos dessa organização de percepções e de um sistema de valores específico, que acompanha os grupos e indivíduos. Com base nos estudos desses autores, seria coerente, portanto, pressupor que o mesmo se aplicaria hoje em plataformas digitais de relacionamento, tais como o Tinder, onde o usuário ao escolher uma fotografia para o seu perfil, faria um pré-julgamento da sua foto supondo o que seria ou não aceito por quem deseja atrair. Tudo isso visando aumentar o número *matches*, e, portanto, o número de novas oportunidades de conversas e/ou relacionamentos. Isso nos leva a questionar: quais os grupos de objetos que cada grupo de indivíduos fotografa? O que significam, quais características, gêneros e composições os usuários fotografam visando o pertencimento a um grupo e reconhecimento pelo público desejado?

3 A CONSTRUÇÃO DO EU SOCIAL (PERSONAGEM)

Já tratamos aqui da relevância do papel da representação⁹ nas plataformas de *online dating*, fazendo com que o utilizador pondere ou não dar chance para o início de uma relação. Em seguida, fizemos uma breve passagem pelo entendimento da teoria social, com base em Maffesoli (1995) e Bourdieu (1990, 2006 apud PONTES, 2014; DE PAULA; MARQUES, 2010), em especial, pelos estudos da mesma escola de estudo no que rege os usos da fotografia/imagem como meio para análise, particularmente ancorada no uso cotidiano e na leitura do valor simbólico.

Agora é preciso discorrer um pouco mais sobre representação, entender a relação de elementos e significados da fotografia para a construção de imagens esteticamente estruturadas ao discurso social. Ao transpassar pelo estético, a análise das imagens avança no entendimento de significados individuais, dos significados sociais, além da significação da imagem *per se*. Segundo Baudellaire:

[...] ao ver a fotografia como a antítese da arte, mais do que questionar o aspecto duplicativo do tipo de mídia que arruína o gesto artístico, apontava, sem querer, um aspecto importante e inovador da fotografia: a sua teatralidade. (BAUDELLAIRE apud DE PAULA; MARQUES, 2010 p. 22).

Encontramos amparo bibliográfico na casa das representações, o teatro. Através de Goffman (2002), desvendam-se elementos de cena com a construção do eu social aplicada no grande palco digital dos relacionamentos: o Tinder. É neste ponto que buscamos identificar a importância de entender o personagem com suas principais formas de representação refletidas nas fotografias no Tinder, bem como o cenário e o palco das relações. Neste contexto é importante manter em mente, tal como previamente discutimos, que a autorrepresentação combina intencionalidade com elementos subjetivos, conforme descritos por Jung (1985 apud Franz, 1985), ou mesmo replicam ou recriam estéticas sociais, seja pela aproximação de padrões ditos desejáveis ou mesmo no alinhamento específico com a estética de tribos. Daqui desvenda-se uma diversa teia que se ancora no “eu” e sua representação; desenvolve nos conectores e interruptores com os múltiplos “outros”, em cadeias de relacionamentos; e adquire a fluidez multifacetada do indivíduo em enredos que

⁹ Utilizamos para a nossa pesquisa o conceito de representação pelo viés do Goffman (2002, p. 29): “[...] toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência”, adaptando-a para as mídias digitais.

combinam gestos racionalizados ou involuntários, sentidos individuais ou adequações coletivas, o instantâneo fluído, a solidez líquida. Enfim, o teatro da sedução se construindo em um palco segmentado e sedimentado em rede.

3.1 Ser ou não ser? Facetas da autorrepresentação

“Ser ou não ser, eis a questão”. Um inspirado devaneio shakespeariano tomou os palcos de Hamlet e encenou este dueto entre a existência e a morte. Desvirtuada, essa famosa frase comumente é confundida como se o sujeito confrontasse com dualidades existenciais. Longe disso, a fala introdutória revela um personagem que se descontrói, confrontando os seus desejos íntimos com as dificuldades que o cercam, contradições, cenas, seu mundo e se confronta com o próprio sentido de seguir vivendo. E este é seu palco.

Se o universo concreto é nosso palco, a vida se enreda em tramas e variações de múltiplos roteiros que se emaranham entre o “ser” e o “representar-se”. Goffman (2002) em “A representação do eu na vida cotidiana” levanta diversas questões da ordem de representação e do discurso, aproximando elementos do palco (teatro) com as relações interpessoais. Nas palavras do autor, “Mais importante, talvez, é o fato de que no palco um ator se apresenta sob a máscara de um personagem para personagens projetados por outros autores.” (GOFFMAN, 2002, p. 9). Os indivíduos atuam diariamente de forma estratégica, conscientemente ou não, adaptando a sua *fachada social*. Assim, *fachada social* é “[...] parte do desempenho do indivíduo que funciona regularmente de forma geral e fixa com o fim de definir a situação para os que observam a representação.” (GOFFMAN, 2002, p. 29).

Apesar de a obra citada de Goffman ser anterior à massificação da internet, suas contribuições mostram-se atemporais e com mecanismos de reprodução em sociedades muito distintas. São princípios que podem, inclusive, ser percebidos nas mais recentes plataformas digitais. Sepúlveda e Viera (2017) apresentam muito bem o conceito de fachada aplicado às plataformas de *online dating*:

Como tal, a atualização de status nas redes sociais online, não só o que se escreve, mas também como se escreve, o tipo de fotografias, posição corporal, vestimenta, entre tantos outros recursos simbólicos devem ser tomados como um exemplo do que pode ser considerado como a fachada nas redes sociais. (SEPÚLVEDA; VIEIRA, 2017, p. 157).

É importante destacar que o teatro é composto das duas vias: a de quem representa e de quem assiste. O mesmo é válido nas relações interpessoais do cotidiano, onde o ator interpreta um *papel social*¹⁰ para um público, de acordo com os contextos de interação por onde se move. O ator tem o papel de representar algo que gostaria de ser, exaltando suas qualidades e usufruindo do seu poder de discurso para se representar e convencer a sua audiência de seu desempenho. Segundo Goffman (2002, p. 25):

Quando um indivíduo desempenha um papel, implicitamente solicita aos seus observadores que levem a sério a impressão sustentada perante eles. Pede-lhes para acreditarem que o personagem que vêem possui os atributos que aparenta possuir, que o papel que representa terá as consequências implicitamente pretendidas por ele e que, de um modo geral as coisas são o que parecem ser. Concordando com isso, há o ponto de vista popular de que o indivíduo faz sua representação e dá seu espetáculo "para benefício de outros".

A expressão do indivíduo as faces com as quais se apresenta, não são, portanto, nem uniformes, acidentais, ou livres de um contexto, nem tão pouco puramente intencionais. A expressão do indivíduo é construída como uma fusão de múltiplas fontes, tal como indica Goffman:

O indivíduo influencia o modo que os outros o verão pelas suas ações. Por vezes, agirá de forma teatral para dar uma determinada impressão para obter dos observadores respostas que lhe interesse, mas outras vezes poderá também estar atuando sem ter consciência disto. Muitas vezes não será ele que moldará seu comportamento, e sim seu grupo social ou tradição na qual pertença. (GOFFMAN, 2002, p. 67).

A sociedade humana se organiza no coletivo, cada voz procura coro, a identidade mescla-se ao outro em uma dança que vai muito além de espelhos ou clones. Gestos não se replicam em conjunto como a um rebanho, identidades se mesclam entre o ser social influenciando e ser influenciado pelo coletivo. Longe da causa e efeito, subjetivo e concreto circundam-se na complexidade líquida atual. Entre a expressão multifacetada e a sobreposição de grupos, o indivíduo representa, atua, conforme o contexto, o cenário. Maffesoli desvenda elementos do *éthos*¹¹, no que chamou de estilo:

¹⁰ Papel social, segundo Goffman (2002, p. 24), é “a promulgação de direitos e deveres ligados a uma determinada situação social, podemos dizer que um papel social envolverá um ou mais movimentos, e que ainda um destes pode ser representado pelo ator numa série de oportunidades para o mesmo tipo de público ou para um tipo de público formado pelas mesmas pessoas”.

¹¹ A noção de *éthos* é particularmente usada nos estudos da Antropologia quando traça um universo de costumes e hábitos elementares que se manifestam no comportamento, estruturas, simbolismo,

O estilo se transforma em uma ética abrangente, que modela a seu gosto a maneira de ser e as diversas formas de representação. [...] E, enquanto tal permite e assegura a ligação entre si de todos os membros de uma sociedade. (MAFFESOLI, 1995, p. 58).

O autor ressalta que “a vida social nada mais é do que uma sequência de “co-presenças” ou, para dizê-lo de uma maneira mais poética “eu é um outro” (MAFFESOLI, 1995, p. 79). Tais citações abrem espaço para dezenas de linhas diferentes de reflexões, entre elas a lembrança de que o indivíduo é um ser social, que não vive isolado e que “só pode existir e crescer quando assume um papel em um ambiente de comunhão” (MAFFESOLI, 1995, p. 79).

3.2 As relações do eu com o outro: “eu é um outro”

O estilo em Maffesoli toma ares de máscaras em Goffman (2002). Segundo este, as pessoas representam a partir do que desvendam do seu entorno, o palco. São máscaras convenientes que permitem a imersão, sentir-se incluso naquele meio. O desejo de pertencimento não é, porém, passivo nem tão pouco submisso ao coletivo – ao grupo – na medida em que seu personagem rearranja a cena com características próprias em sua encenação. O pronunciar da empatia como força que organiza-se em torno de papéis sociais.

Sem as amarras de signos e representações, seus entrecortes, dogmas e limitações, o estudo do imaginário permite entender que o homem não é o único que manda em si, ele não é individualista. A massa social, os arquétipos impelem o indivíduo a se encaixar em um determinado lugar, como condição de aceitação. Do ocultamento de faces relevantes do eu ou na incapacidade de inserir-se a partir do eu revelado, moldam-se situações que potencialmente geram crises existenciais ou isolamento do grupo. Os desencaixes fomentam o sentimento de que não se é bom o bastante para o mundo. Estes modelos se transferem para as diversas formas de representar-se, incluindo-se nestas formas as fotografias publicadas nas redes sociais.

O cuidado com o que fotografar e cuidado consigo mesmo – além da valorização e participação com o outro – é o que Maffesoli (1995, p. 56) chamou de “estética dos prazeres partilhados”. As emoções coletivas, a moda, os gestos e até

relacionamentos e ritos culturais. Assim, os valores, ideias ou crenças se constituem em características indenitárias de grupos, épocas ou regiões.

as efervescências tribais demonstram esse estilo de vida, o qual, segundo Maffesoli (1995, p. 66), “a pessoa não pode escapar”. Maffesoli acredita que cada pessoa tem o impulso de querer fazer parte de algo maior, de algo coletivo, de um sentimento compartilhado. Um “sentimento de pertença” que funciona como um “resíduo” que, com maior ou menor força, sempre está agindo em toda vida ou sociedade. (MAFFESOLI, 1995, p. 78).

É nessa necessidade de fazer parte de um coletivo que vão se acomodando em grupos de acordo com os seus interesses. Tornou-se usual falar de “tribos”, expressão que surgiu entre grupos de jovens e foi apropriada por sociólogos como Maffesoli. Segundo o autor estamos vivendo uma espécie de “tribalismo pós-moderno” (MAFFESOLI, 1995, p. 54), que consiste no agrupamento dos indivíduos com base nos seus valores políticos, culturais, estéticos, musicais e outras ideologias em comum. Punks, hipster, ambientalistas, fãs de certos personagens, tanguinhos, entre outros, se aproximam aos outros a ponto de inclusive “construir uma consciência coletiva” (MAFFESOLI, 1995, p. 17) que funciona como uma espécie de “forma formante” para o indivíduo.

É por meio dessa multiplicidade de agrupamentos, multifacetários, combinados, influenciados por identificações coletivas, externo, mas sobretudo na combinação com a construção do “eu” que se cria um afeto: “sinto-me o outro e com o outro participo de uma emoção comum” (MAFFESOLI, 1995, p. 112). Pode ser uma emoção curta ou duradoura, mas em todo caso ela me toca, é intensa, provoca o sentimento de pertencer e se sentir comum. “Por meio da imagem, eu participo desse pequeno outro que é um objeto, um guru, uma estrela, uma pintura, uma música, um ambiente, etc., e por isso mesmo cria-se esse Outro, que é a sociedade” (MAFFESOLI, 1995 p. 112).

Porém, devemos levar em consideração que outra característica comum na pós-modernidade é a multiplicidade de valores - modas, maneira de ser, estilo de vida. Tal fluidez, segundo Sherry Turkle (1997 apud SANTOS; VIERA, 2016, p. 125) “proporciona novas experiências relacionadas à identidade e fragmentação da mesma”. Com isso o indivíduo pode pertencer a diversos grupos ao mesmo tempo, ou inclusive decompor e ressignificar as noções estéticas destes grupos e tribos. Maffesoli (1995) denomina esse tipo de comportamento como “atitude camaleão” e, em suas palavras, o estilo do cotidiano:

[...] pode referir-se a um objeto, depois a um tal outro, [...] pode vibrar por uma certa ideia, depois por uma outra completamente oposta, [...] pode inflamar-se por este herói, guru, estrela política, musical ou esportiva, abandonando-o sem mais nem menos. (MAFFESOLI, 1995, p. 69)

A nova sociedade contemporânea líquida vive não apenas da decomposição de tipos e representações, como também da recombinação de fatores estéticos para eventualmente negar sua origem ou expressão dominante /original. Abotinados pretos encravados de rebites não são mais apenas para punks, megamilionários do vale do silício apresentam inovações em megaeventos de jeans e camiseta, damas de alta sociedade combinam calças rasgadas com cachecóis ou colares de pérolas com brincos cintilantes. Mas a moda é apenas uma parte desta recomposição. Barba por fazer, cortes de cabelo repicados, entre outros elementos estéticos “desleixados” foram assumidos por grupos e indivíduos que adotam irreverência, o ar descompromissado, desprezioso, como que afirmando ao mundo que está acima das convenções tradicionais de camadas sociais.

Dada esta multiplicidade, mais do que simples apresentação de si através de uma rede consciente de identificações, o usuário encena-se. Ou seja, consciente ou inconscientemente atua em uma sequência de cenas, verdadeiras frações de uma *mise en scene* que se articulam nas fotografias do Tinder, tal como em um palco. Entre o ser e a forma como se mostra, a busca é por favorecer os *matches* preenchendo suas expectativas na geração do “capital social”¹² esperado, ou seja, as relações de amizade, amorosas estáveis ou passageiras, “de curtição”.

3.3 O eu íntimo: o *self* e o jogo de projeções

Após compreensão da perspectiva de Goffman (2002), em que estamos em constante atuação - uma atuação feita para um público, além do desejo de pertencimento a grupos e papéis sociais e ressignificação dos mesmos. Agora,

¹² Entendida aqui tal como foi definida por Bourdieu, como “[...] o conjunto dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento mútuos, ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como o conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros e por eles mesmos), mas também que são unidos por ligações permanentes e úteis.” (BOURDIEU, 1998, p. 67 apud CATANI, A.; NOGUEIRA, M. A. (Orgs.)).

aprofundamos ainda mais nossos questionamentos, buscando entender melhor a gênese desse individual, que é afetado pelo coletivo, mas também por impulsos psíquicos. Neste cenário é preciso entender a relevância do inconsciente nas escolhas de cada indivíduo, diante na multiplicidade de valores sociais e nas expectativas que procura projetar sobre o próprio “eu” e sua representação.

Este indivíduo, conforme já falamos, pode ser multifacetado, e mesmo sendo se enquadra em arquétipos para poder marcar seu lugar no mundo. Com isso, podemos refletir sobre um “olhar moldado a partir de um conjunto de narrativas prévias que é incorporado por atores nas suas experiências cotidianas” (PONTES, 2014, p. 270). Como se os atores tivessem seguindo um roteiro, encaixam sua fachada social em padrões, sendo possível percebê-los, segundo Maffesoli através:

[...] uma maneira de vestir, uma música rock, uma ária pop, uma convivência ecológica, uma similitude na postura corporal ou uma maneira de se pentear vão servir de sinal de reconhecimento, vão favorecer o sentimento de que se está “em pé de igualdade” com o outro. (MAFFESOLI, 1995, p. 153).

As pessoas não apenas se enquadram em tais esquemas, como também são julgadas a partir deles. A primeira e rápida aparição das fotografias no Tinder já é suficiente para desencadear um enorme bombardeio de imagens, emoções, sentimentos e relações memoriais que constroem a primeira impressão. Em poucos instantes, criamos impressões prévias sobre o sujeito expresso na imagem. Conscientemente, o usuário pode identificar alguns padrões, grupos de pertencimento, características visuais que podem agradar ou não. Inconscientemente, o usuário cria impressões difusas sobre as fotografias apresentadas no imaginário. Elas são capazes de produzir emoções, disparar lembranças sobre suas próprias vivências, promover identificações indiretas com tipos que conhece, entre outros. A imagem do outro se vê contaminada por características percebidas, que se identifica ou não, e assim reflete um pouco de quem observa também. Como diz Novalis (apud MAFFESOLI, 1995, p. 139), “o exterior é um interior elevado ao estado de mistério”, e é esse mistério que queremos começar a investigar.

Segundo relato de uma de suas principais colaboradoras, Marie-Louise von Franz (1985), Jung (1985) pesquisou mais de 80 mil sonhos, visando entender o papel do imaginário e das relações mais profundas do ser, não apenas na organização psíquica, mas na vida como um todo. Como resultado, descobriu o que

chamou de processo de individuação. Os estudos a partir dos preceitos de Jung nos revelam o quanto a relação entre o inconsciente, moral coletiva e ações de cada indivíduo é complexa.

Estas novas descobertas da psicologia experimental vão, necessariamente, operar algumas mudanças em nossa apreciação da moral coletiva, pois nos obrigarão a julgar todas as ações humanas de um modo muito mais pessoal e sutil. A descoberta do inconsciente é uma das maiores dos últimos tempos. Mas como o reconhecimento da nossa realidade inconsciente implica um processo honesto de autocrítica, além de uma reorganização de vida, muitas pessoas continuam a comportar-se como se nada houvesse acontecido. É preciso muita coragem para levar-se a sério o inconsciente e enfrentar os problemas que ele desperta. E se a maioria das pessoas é por demais indolente para refletir sobre os aspectos morais do seu comportamento consciente, não há de ser a influência exercida pelo inconsciente que vai perturbá-las. (FRANZ, 1985, p. 176).

Franz (1985) explica que Jung (1985) concluiu ser possível perceber imagens figuras, paisagens, situações, que de certa forma se repetem, podendo identificá-los inclusive entre diferentes indivíduos. Os primeiros sonhos são bem difusos, mas conforme buscamos conscientemente ouvir o nosso eu interno, nosso *self*, caminhamos para um devagar e dolorido processo de individuação de nós mesmos. De forma breve, *self* é o núcleo organizador ou fonte das imagens oníricas que se manifesta de forma espontânea e inconsciente, mas que só pode ser acessado conscientemente, eis a grande dificuldade de compreendê-lo. É importante entender que o *self* é um elemento de difícil identificação, pois como visto na psicologia jungiana, há a seguinte leitura:

O *self* pode ser definido como um fator de orientação íntima, diferentemente da personalidade consciente e que só pode ser apreendido através da investigação dos sonhos de cada um. E estes sonhos mostram-no como um centro regulador, centro que provoca um constante desenvolvimento e amadurecimento da personalidade. (FRANZ, 1985, p. 158).

Já o ego, como parte consciente da psique, é por onde o indivíduo exhibe os seus dons e personalidade. Em uma representação, é bem provável que os indivíduos potencializem as suas qualidades através de seu ego. Muitos autores¹³ defendem a tese de que a profusão destes dispositivos móveis e sua profunda relação com as redes sociais tem consolidado um novo constrito: o de uma sociedade onde o narcisismo se exacerba de forma pública, com personagem e palco intrinsecamente ligados a um processo de retroalimentação do ego e prazer

¹³ Tais como LIMA (2015), MEDEIROS (2000), NASCIMENTO (2011), e TIFENTALE (2015).

pelo reconhecimento. Assim, parece relevante lembrar de Larsch quando afirma que:

O narcisista depende dos outros para validar sua autoestima. Ele não pode viver sem um público admirativo. Sua aparente liberdade de laços familiares e de pressões institucionais não o liberta para ficar sozinho ou glorificar-se de sua individualidade. Ao contrário, contribui para a sua insegurança, que ele só poderá superar vendo o seu 'ego grandioso' refletido nas atenções dos outros ou ligando-se àqueles que irradiam celebridade, poder e carisma. (LASCH, 1983, p. 30).

Se o ego constrói as máscaras que se utiliza no palco visando atingir um determinado público, a sombra é aquilo que se esconde nos bastidores, e aquilo que se oculta é de mesma importância que o que se mostra para a compreensão de si. Jung (1985 apud FRANZ, 1985) chamou de "realização da sombra" os aspectos de nossa personalidade que por várias razões preferimos esconder. A sombra personifica o que em nós está contido, "sua função é encarnar, precisamente, os traços de caráter que mais detestamos nos outros" (1964 apud FRANZ, 1985, p. 173). É através da identificação da nossa sombra projetada nos outros que temos a impressão de não gostar de alguém, mesmo sem conhecê-la.

Segundo Jung (1985 apud FRANZ, 1985, p. 166), o verdadeiro processo de individuação "em geral começa infligindo uma lesão à personalidade, acompanhada do conseqüente sofrimento". O ego então sente a pressão das vontades e devaneios do *self* ou da sombra, e acaba por projetar a frustração de seu interior sobre outros objetos exteriores (inimigos, chefes, Deus, etc.). A sombra também pode se manifestar em momentos como no impulso, ou quando o ser não reconhece a si mesmo. Como apresenta Franz, "O homem que está só, por exemplo, encontra-se relativamente bem, mas assim que vê "os outros" comportarem-se de maneira maldosa, começa a ter medo de o considerarem tolo se não fizer o mesmo" (1985, p. 169).

Neste sentido, a imagem ajuda-nos a perceber que o *self* nunca é unilateral, produção individual do sujeito, mas uma relação de troca e de construção social com a sociedade em que vive e com o corpo social que o circunda. Mas esse jogo de projeções nos outros não ocorre só com o que ocultamos, ele também se manifesta na busca do amor ou da atração por alguém. Até hoje é polemizada na sociedade a existência do amor à primeira vista. Para Jung, tal acontecimento é possível por causa do jogo de projeções da *anima* e do *animus* no sexo oposto:

É a presença da anima que faz um homem apaixonar-se subitamente ao avistar pela primeira vez uma mulher, sentindo de imediato que é "ela". Neste caso sente-se como se já a conhecesse a vida inteira, prendendo-se a ela de tal maneira que parece aos outros ter perdido o juízo. (FRANZ, 1985, p. 180).

Seguindo os entendimentos da leitura de Jung e Franz, as projeções são responsáveis, muitas vezes, pela definição de quais características se busca encontrar no parceiro que procuramos. Jung chamou as formas masculina e feminina destes personagens simbólicos, respectivamente de *animus* e *anima*. A *anima*, nas palavras de Franz, é “a personificação de todas as tendências psicológicas femininas na psique do homem – os humores e sentimentos instáveis, as intuições proféticas, a receptividade ao irracional, a capacidade de amar, a sensibilidade à natureza [...]” (FRANZ, 1985, p. 180).

A *anima* é responsável pelo relacionamento com o inconsciente, assumindo, muitas vezes, o papel de “guia, ou de mediador, entre o mundo interior e o self” (FRANZ, 1985, p. 180). Muitas vezes este personagem simbólico aparece por detrás da sombra, trazendo novos e diferentes problemas. Em geral, mostra-se tal como a mãe. Se a relação mãe-filho for uma experiência negativa, a *anima* mostra-se irritada, e pode expressar uma percepção muito negativa do mundo e da inserção do indivíduo nele, acabando por dificultar a conversação e compreensão de suas mensagens. Mas, se a relação com a mãe for positiva, a *anima* se mostrará mais sensível e acessível, por vezes até intensificando os elementos femininos da personalidade.

Existem quatro¹⁴ estágios de desenvolvimento *anima*. Dependendo das experiências, da vida de cada indivíduo, pode-se ficar para sempre em um estágio, ou passar rapidamente por mais de um deles.

O primeiro está bem simbolizado na figura de Eva, que representa o relacionamento puramente instintivo e biológico; o segundo pode ser representado pela Helena de Fausto: ela personifica um nível romântico e estético que, no entanto, é também caracterizado por elementos sexuais. O terceiro estágio poderia ser exemplificado pela Virgem Maria — uma figura que eleva o amor (*eros*) à grandeza da devoção espiritual. O quarto estágio é simbolizado pela Sapiência, a sabedoria que transcende até mesmo a pureza e a santidade, como a Sulamita dos Cânticos de Salomão. (FRANZ, 1985, p. 185).

¹⁴ Como demonstrou Jung (1985 apud FRANZ, 1985, p. 200) “As manifestações naturais e livres do centro psíquico caracterizam-se pela quaternidade — isto é, por quatro divisões, ou qualquer outra estrutura derivada da série numérica de 4, 8, 16 etc.”.

O *animus*, a personificação masculina do inconsciente da mulher, apesar de não aparecer sobre as fantasias ou inclinações eróticas (aparição comum no homem), mantém os mesmos atributos de poder-se manifestar negativa ou positivamente em uma mulher. O *animus* aparece comumente como “uma convicção secreta “sagrada”” (Franz, 1985, p. 189), é a projeção do pai na mulher, que se manifesta, externamente - através de momentos de agressão, raiva, ou força física elevada - ou internamente - através da frieza e inacessibilidade a alguns pensamentos.

Entender elementos do *animus* é importante para tentar identificar de que forma os homens podem construir suas máscaras para, intencionalmente ou não, projetar-se às expectativas do universo feminino. A primeira diferenciação ocorre justamente nas questões de erotização, já que o *animus* “não costuma se manifestar sob a forma de fantasias ou inclinações eróticas; aparece mais comumente como uma convicção secreta “sagrada”” (FRANZ, 1985, p 189). A base do *animus*, inversamente ao que acontece com os homens, remete à influência paterna, e pode ter traços marcantes de frieza obstinada, convicções fortes e bem definidas, podendo servir-se de uma rede de pensamentos calculistas, ou até refletir-se em pensamentos negativos de desvalorização ou ideação ligada à morte.

A representação da psique do homem na mulher, também se manifesta em quatro estágios. O primeiro remete à força física, ou como definido por Franz, “é uma simples personificação da força física, por exemplo, um atleta ou homem musculoso” (1985, p. 194). Sendo uma manifestação primitiva e básica, é fácil entender porque os aspectos físicos podem ser apresentados de forma relevante tanto nas expectativas femininas quanto na representação que os homens buscam projetar. O segundo estágio remete a uma ideação ou planejamento de perfil romântico. O destaque deste tipo de projeção é, segundo Franz (1985), um dos temas favoritos do *animus*, com projeções extremas tal como “A única coisa no mundo que eu desejo é o amor – e “ele” não me ama” (1985, p. 189). Nesta citação já se prenuncia a própria insatisfação sobre um desejo que não é atendido. Este aspecto se revela particularmente interessante para análise já que será preciso entender como os homens se apresentam nesta dimensão em tempos tidos como de amores marcados pela fluidez definida por Bauman.

O terceiro estágio de desenvolvimento do *animus* “o verbo” remete ao professor ou clérigo na psicologia jungiana e se afirma sob uma base que remete ao

“aconselhamento”, a busca de uma riqueza intelectual, esteja ela no plano racional ou emocional. Por fim, o quarto estágio se manifesta numa encarnação do pensamento, como um mediador de uma experiência religiosa, neste estágio a vida adquire um novo sentido, já que “dá a mulher uma firmeza espiritual e um invisível amparo interior, que compensam a sua brandura exterior” (FRANZ, 1985, p.195).

Para a psicologia jungiana não se trata de categorias que se sobrepõem, mas estágios de maturação da psique. É interessante perceber que há uma tendência involuntária, portanto, de construir as máscaras sociais, não só pelo comportamento esperado, mas pela própria projeção que o indivíduo elabora inconscientemente sobre si, o que busca e o que espera que busquem nele. Um exemplo típico seria o homem que continuamente valoriza, na encenação através das fotos, sua masculinidade exacerbada, através dos seus aspectos físicos. Neste caso em específico, o homem atende uma demanda instintiva e biológica e espera encontrar quem igualmente valorize estas características e esteja buscando por elas.

Avançando nas leituras sobre as manifestações de personalidade no mundo pós-contemporâneo é importante tentar perceber se há manifestações expressivas de elementos que prenunciam expressões do *puer aeternus* da psicanálise jungiana. Uma das maiores referências do estudo deste arquétipo é Marie-Louise Von Franz, que define as suas origens assim:

Puer aeternus é o nome de um deus da antigüidade. As palavras vêm de Metarmophoses de Ovídio e são aplicadas ao deus-criança nos mistérios eleusinianos. Ovídio fala do deus-criança Iaco, dirigindo-se a ele como puer aeternus e cultuando-o em seu papel nesses mistérios. Posteriormente, o deus-criança foi identificado com Dionísio e com o deus Eros. Ele é o jovem divino que, de acordo com esse típico mistério eleusiniano de culto à mãe, veio ao mundo em uma noite para ser o redentor. E o deus da vida, da morte e da ressurreição — o deus da juventude divina, correspondente aos deuses orientais Tamuz, Átis e Adônis. O título puer aeternus, portanto, significa "juventude eterna". (FRANZ, 1981, p. 4).

A psicologia e a psicanálise fazem uso, inclusive, das figuras de “Pequeno Príncipe”¹⁵ ou “Peter Pan”¹⁶ para expressar de forma simbólica este tipo de *puer*. Homens com este perfil tendem a manter atitudes infantis, irreverentes e

¹⁵ Conceito apresentado no estudo “O pequeno príncipe e o pequeno executivo: considerações sobre a infância contemporânea” (MACHADO, 2017).

¹⁶ Leitura aceita na psicologia disponível em “A síndrome do Peter Pan: Um estudo acerca da autonomia masculina”. (SILVIA; AREOSA, 2012).

irresponsáveis, que dificilmente estabelecem relacionamentos estáveis, pois idealizam um perfil de mulher perfeita, uma deusa. Segundo Von Franz:

Ele procura uma mãe-deusa, portanto, cada vez que se apaixona por uma mulher, mas logo descobre que ela é um ser humano comum. Por ter sido atraído por ela sexualmente, toda a paixão de repente desaparece e ele decepciona-se e a deixa, apenas para projetar a imagem novamente em outra mulher, sempre repetindo a mesma história. (Franz, 1981, p. 5).

De fato, a expressão da imaturidade estendida parece ter transposto bases individuais e tomado corpo na sociedade, a ponto de surgir na imprensa britânica o neologismo “adulescência” no que Calligaris (1998, p. 4 apud ESCUDERO, 2012, p. 81). Definiu que “[...] estar adolescente é um traço normal da vida adulta moderna. É uma maneira de afirmar a possibilidade de ainda vir a ser outro”. Morin é ainda mais claro ao caracterizar esta tendência contemporânea:

O novo modelo é o homem em busca de sua autorrealização, através do amor, do bem-estar, da vida privada. É o homem e a mulher que não querem envelhecer, que querem ficar sempre jovens para sempre se amarem e sempre desfrutarem do presente. (MORIN, 1986, p. 152 apud ESCUDERO, 2012, p. 24).

De todas estas matrizes, entre as leituras sociológicas até as construções das bases de personalidades da psicologia pode-se perceber a complexidade para análise. Pode-se considerar as expressões multifacetadas que navegam neste contexto de múltiplas dualidades onde há de se considerar a complexidade da formação e manifestação da personalidade e sua expressão no indivíduo. Por outro lado, há de se levar em conta que a sociedade fragmentada em grupos e a expressão da necessidade de pertencimento. Numa análise mais contemporânea, pode-se avaliar a influência da fluidez ditada por Bauman (2004) que se manifesta nas relações humanas, com a probabilidade de se expressar no próprio indivíduo. O homem hoje ainda se insere numa sociedade de constante transformação, podendo se transformar completamente, assumindo uma nova máscara a cada tentativa de se reinventar como indivíduo.

Mas, de que modo estes elementos se transpõem para o palco de um aplicativo *online dating*? Cabe destacar que o seu arranjo neste palco ainda dá ao indivíduo o controle do gênero de interesse, possibilidade de definição do raio de distância pela geolocalização, faixa etária de busca, entre outros. Tais ferramentas auxiliam na segmentação do público para a construção de um perfil mais assertivo. Sepúlveda e Vieira (2017) afirmam que:

A construção de perfis e a partilha de informação online tendo em conta uma ideia de audiência(s) condicionam, portanto, as práticas nas redes sociais online uma vez que promovem a construção da audiência imaginada em função das interações diárias dos utilizadores (LITT, 2016, p. 1 apud SEPÚLVEDA; VIEIRA, 2017. p. 158). No entanto e com o objetivo de corresponder a determinadas expectativas da audiência imaginada ou do público o indivíduo poderá adequar a sua autoapresentação e o seu comportamento em função da mesma. (BOYD, 2010, p. 44 apud SEPÚLVEDA; VIEIRA, 2017. p. 158).

Tendo estes elementos de controle e conhecendo o tipo de parceiro que deseja atrair, o homem decide quais máscaras irá utilizar para se representar nas fotografias, visando se aproximar daquilo que seu público gostaria de ver. Uma foto cozinhando, pode significar ser “um cara para casar”, uma foto em festa ou bebendo pode demonstrar a vida social mais ativa, uma foto na academia pode revelar a preocupação com o corpo, entre outras máscaras pré-existentes. Estas, portanto, não apenas refletem o que considera as suas melhores características, mas também, projeções do que acredita que terá a maior possibilidade de aceitação pelo público alvejado.

Expandindo as manifestações da psique e da sua autorrepresentação nas máscaras, a fotografia é preenchida com elementos que remetem a sua representação em ambientes, tribos, cenários. Projetam não apenas a si, mas a toda uma moldura que o situa em ações, gestos e vivências projetadas em sociedade. Trata-se de um jogo de sedução que é influenciado de forma marcante pela forma como o “eu” se vê no “outro” (MAFFESOLI, 1995). O indivíduo escolhe sua máscara mais apropriada para o público desejado, ele acentua, exacerba e procura evidenciar aquilo que entende ter de bom em si, ainda que nem sempre consiga escapar de demonstrar as características que tenta suprimir. Nem toda máscara é forte o bastante para esconder o verdadeiro “eu”.

É importante ressaltar que tais considerações não refletem, necessariamente, uma capacidade de desvendar as expectativas do outro, mas, sobretudo, da construção de uma persona tal como o indivíduo se pretende. A fotografia exerce o papel de recortes selecionados da expressão desejada de um eu. O objetivo deste trabalho é avançar na interpretação de elementos que expressam a autorrepresentação de uma amostra de indivíduos como *persona*, do sexo masculino, combinadas com as máscaras que veste. O grande desafio nessa análise possivelmente será tentar identificar quais são os elementos construídos na expressão de suas buscas. Ou seja, num universo tão complexo de possibilidades

de autorrepresentação será possível identificar o perfil que ele está encenando? Se, de um lado, usamos o entendimento sociológico do papel das máscaras sociais, de outro, há de se considerar a contribuição da psicologia no entendimento do processo de individuação e projeção de desejos internos.

Portanto, nossa pesquisa inicia por entender a multiplicidade expressa no entendimento desta revolução fotográfica massificada; o reconhecimento de que há formas construídas no modo de *selfies* como um novo modo de expressão de si mesmo e do ato transposto para uma exposição cada vez mais pública; as transformações das formas de buscar o outro na liquidez de um palco determinado - o do *online dating* do Tinder - e; sobretudo, decifrar como cadeias de individuações e sua relação com a necessidade de pertencimento se manifestam neste processo de busca do outro.

4 DA CAPTURA AOS FILTROS: A BASE DE REGISTROS E DINÂMICAS ASSOCIADAS

Discorreremos nos capítulos anteriores sobre os múltiplos aspectos individuais e coletivos que são base para a multiplicidade que forma a representação do sujeito, sobretudo em meio à explosão da autorrepresentação fotográfica. Agora, cabe avançar no entendimento de aspectos do “palco”, no nosso caso, o Tinder. Compreender qual sua relevância no mercado de *online dating*, que recursos estão disponíveis para os usuários, entre outros elementos necessários para compreender o corpo empírico.

No subcapítulo 4.3.2 (p. 56), especificaremos os objetivos da análise e metodologia utilizada. Em rasas linhas, buscamos entender as formas de representação do “eu” dos usuários. Uma atividade que requer um mapeamento das expressões e elementos que constituem a sua representação: o que tenta representar, para quem, de que modo se posiciona sob nichos da fachada social, como as projeções e o público interferem na construção de si, entre outros.

Trata-se de um estudo que quer entender como se mostram usuários do sexo masculino, com base nas teorias previamente apresentadas, buscando decifrar os múltiplos elementos que compõem as fotografias que os usuários selecionam. Não há fórmulas prontas para este tipo de análise, ela se coloca ao estudo como um desafio de compreensão e aplicação de preceitos que percorrem manifestações subjetivas usando contribuições da sociologia e da psicanálise, através de Maffesoli (1995), Bourdieu (1990, 2006 apud PONTES, 2014; DE PAULA; MARQUES, 2010), Goffman (2002), Jung (1985), Franz (1985, 1981), além de outros autores que seguem suas teses e linhas de pesquisa.

4.1 O grande palco dos relacionamentos digitais: Tinder

O Tinder é uma plataforma de *online dating* criada em 2012, com o objetivo de facilitar relacionamentos. Segundo Andrea Iorio, diretor de Marketing para a América Latina¹⁷, o Tinder começou como um aplicativo de relacionamento, mas os usuários passaram a fazer outros usos, como bem coloca o diretor:

¹⁷ Entrevista realizada para o portal Samba tech com atualização em 17/10/2018.

[...] tem pessoas que usam o Tinder também para fazer novas amizades, tem pessoas que utilizam para aprender um novo idioma ou até pessoas que arrumaram emprego pelo Tinder. Então de alguma maneira virou um aplicativo para descoberta social de pessoas que estão perto de você. (IORO, 2018, documento eletrônico).

O funcionamento das plataformas de *online dating* é semelhante ao de qualquer outra rede social, apesar de o nome indicar “encontros” - palavra popularmente utilizada para fins de relacionamento amorosos. Assim como nas outras redes sociais, após a criação de um perfil, o objetivo é fazer com que os usuários se conectem e se comuniquem entre si, de forma a criarem laços afetivos. A grande inteligência dessas plataformas está em sugerir aos usuários “um conjunto de possíveis parceiros que, tendo em conta determinadas características, gostos ou interesses, sejam a sua correspondência” (HALL, 2010; ZYTKO, 2014 apud SEPÚLVEDA; VIERA, 2014 p. 156). A empresa Tinder descreve em seu LinkedIn¹⁸ que:

O Tinder foi lançado para abordar as barreiras sociais e físicas de se formar novas amizades e relacionamentos. Usando dados sociais, Tinder anonimamente encontra pessoas próximas que curtam umas às outras e as conecta caso ambas estiverem interessadas. (TINDER, 2019, documento eletrônico – tradução nossa)¹⁹.

As plataformas de *online dating* vêm se tornando cada vez mais populares. O mais recente estudo do IBOPE Inteligência revelou que 20% dos internautas brasileiros fazem o uso de aplicativos de online dating para conhecer novas pessoas²⁰. O Tinder está entre os aplicativos mais conhecidos e utilizados, especialmente pelo público jovem (de 18 a 24 anos). O próprio aplicativo na sua descrição das lojas *Google Play* e *App Store*²¹ se posiciona como o “aplicativo mais quente do mundo”, que proporciona “mais de 26 milhões de *matches* por dia e tem mais de 30 bilhões de *matches* até hoje” (TINDER, 2019).

Tal crescimento também é visível quando falamos em economia. Em 2018 o Tinder trouxe ao Match Group, grupo de sites e aplicativos de relacionamento que

¹⁸ Rede social voltada ao compartilhamento de experiências profissionais.

¹⁹ No original: “Tinder, founded in 2012, has become one of the fastest growing social startups and mobile apps of all time. Tinder was launched to address the social and physical barriers of forming new friendships and relationships. Using social data, Tinder anonymously finds people nearby that *like* each other and connects them if they are both interested”.

²⁰ Pesquisa realizada pela plataforma web CONECTAÍ Express com 2.000 internautas em junho de 2017, Brasil. Fonte: Canaltech.

²¹ Lojas de aquisição de aplicativos para celulares Androids e iPhones respectivamente.

faz parte, a receita de 805 milhões de dólares²². Mandy Ginsberg, CEO do Match Group revela em entrevista concedida ao site Recorde²³ que o segredo do sucesso está em manter foco do Tinder para o público mais jovem:

Nós simplesmente não podemos deixar que nos ocorra o que acontece com outras marcas. No caso, reações do tipo 'credo, meu irmão mais velho também usa isso', ou 'meu pai usa isso!', 'minha mãe usa isso! Eu diria que, mesmo ao preço de alienar usuários mais velhos, nós precisamos nos concentrar apenas nos mais jovens como nossa audiência principal. (GINSBERG, 2018 apud CANALTECH, 2018, documento eletrônico).

Características que são percebidas quando a versão paga, Tinder Plus - onde os usuários possuem *likes* e *super likes* ilimitados, podem definir a localização que querem que seja feita a busca por perfis, etc – é mais baratas para o público com menos de 30 anos. O Tinder em nota²⁴ também divulgou que “[...] a maior faixa etária no Tinder, representando mais da metade dos nossos usuários, é de 18 a 24 anos [...]”.

É importante nesta análise, também, realizar um desmembramento da expressão da usabilidade, da forma e alternativas postas ao usuário através da interface do aplicativo Tinder que, por sua vez, representa um conjunto de mecanismos e tecnologias que potencializam seus propósitos enquanto ferramenta de *online dating*. Para criar uma conta, com pouco mais de dois cliques o interessado já passa a ser usuário da ferramenta. Logo após baixado o aplicativo, é a hora de configurar o perfil. O primeiro passo a seguir, sincronizar com a sua conta do Facebook, após concluído, é necessário configurar as preferências básicas: interesse em homens ou mulheres ou ambos, raio de distância para busca de pessoas (de 2 a 160 km) e idade (de 18 a 100+), que servirão de filtros para buscas de outros contatos.

A geolocalização é um ponto que ganha cada vez mais destaque nos aplicativos de relacionamento. O próprio Tinder divulga em seu blog²⁵ que:

“a proximidade também é um fator fundamental – é sempre divertido encontrar alguém do seu bairro, pois vocês compartilham da mesma comunidade. É por isso que levamos em consideração a distância das pessoas com relação à sua localização atual”. (TINDER, 2019).

²² De acordo com reportagem da Exame, 2018.

²³ Acesso através do site de notícias CanalTech, 2018.

²⁴ Acessada através do portal online da Folha de Notícias de S. Paulo, 2015.

²⁵ Matéria: “Powering Tinder® – O método que há por trás dos *matches*” de março de 2019.

Outro ponto que segundo eles é o segredo chave do Tinder é usar o aplicativo: “Damos prioridade aos possíveis *matches* que estão ativos ao mesmo tempo. Não queremos desperdiçar o seu tempo exibindo perfis de usuários inativos”. (TINDER, 2019).

Depois de configuradas as preferências, o usuário deve escolher as fotos para montar o seu perfil. A definição das imagens para o seu perfil no Tinder possui extrema relevância, pois é a forma mais visível e com infinitas possibilidades para a construção de si. A fotografia, em grande parte das vezes, é fator determinante para o início do contato entre usuários. Sabendo disto, consciente ou inconscientemente, os usuários constroem os seus perfis com base no personagem que querem representar, pensando em cada detalhe que a sua imagem poderá significar para quem o vê.

No Tinder, o usuário tem o direito de escolher até nove fotos²⁶ para compor o seu perfil e através delas ser classificado pelos outros usuários em níveis superficiais, como atraente ou não e em níveis mais sociais, como sendo alguém que compactue com os seus princípios e ideais. É a partir deste julgamento que os usuários irão decidir por interagir ou não uns com os outros, deslizando o perfil para a direita (*like*) para demonstrar interesse ou esquerda (*dislike*) para evitar ver o perfil novamente. Quando usuários se dão *like* mutuamente, ocorre o que é chamado de *match*, uma combinação de interesse mútuo que habilita o uso de um *chat*, para a troca de mensagens entre os usuários.

4.2 Objetivos: Colocar em foco uma leitura flutuante sobre múltiplos olhares

Após entendimento do nosso objeto de pesquisa, suas funcionalidades e limitações, vamos à descrição dos objetivos. Em linhas gerais, queremos compreender e levantar hipóteses sobre os modos de auto apresentação e representação dos usuários no Tinder, orientando a análise pelo o que o campo fotografado representa. Para ter mais claro este entendimento é preciso mapear e relacionar características dos perfis do Tinder, de forma a criar um panorama geral, destacando padrões que se repetem e especificidades de cada usuário. Levantaremos elementos visuais que representem as múltiplas expressões de

²⁶ Versão 10.14.0 – App Store

segmentos sociais (nichos, grupos, tribos). Avançamos na análise de como e de que forma o usuário se posiciona no palco, melhor dito, como ele se busca se enquadrar em sociedade de forma a satisfazer as necessidades de pertencimento, sua fachada social.

Só então, como ponto de análise da expressão do indivíduo, buscaremos identificar as matrizes do que manifesta subjetivamente no primeiro passo do jogo de sedução. Precisamos entender, ainda que superficialmente, como manifesta o seu ego a partir de elementos que destaca na fotografia e tentar desvendar nuances do que esconde, a sua sombra, para que possamos decifrar elementos do jogo de projeções do “eu” e do *animus* na expectativa de um par idealizado. Para isso, será preciso perceber os elementos visuais onde o homem possa nos “dar pistas” para desvendar seu universo e o universo do *animus* feminino que ele acaba por projetar e ao qual seu perfil é supostamente dirigido.

Tudo isso traçando as linhas de força do imaginário autorrepresentado. De como o “eu” se apresenta e se molda em sociedade; como o inconsciente e o subjetivo se manifestam nas escolhas conscientes da fotografia para a construção do seu perfil e também na análise dos outros (gerando *likes* ou *dislikes*). As linhas do imaginário e as forças da sociedade servirão como formas representativas de arquétipos e estereótipos que buscamos nos encaixar; assim como a expressão espelhada do que buscamos nas pessoas com quem queremos nos relacionar ou nos afastar. Características estas, que moldam nossos pré-julgamentos na rápida seleção de perfis para interação no Tinder.

4.3 Recorte e Profundidade de Campo: Definições sobre nosso olhar

Nosso universo de análise representa um corte de amostra que engloba o masculino, em faixa de interesse determinado em mulheres de 21 anos no Tinder, a partir de dois pontos de coleta específicos na cidade de Porto Alegre, o que significa que nossa amostra tem cortes sociais e regionais bem definidos. A pesquisa não expressa, portanto, a preocupação de extrapolar o universo coletado, nem tampouco confrontar com padrões mais genéricos e/ou contraposto com outros segmentos.

Estas escolhas buscaram permitir uma compreensão mais profunda das dinâmicas do perfil de amostra coletada, dada a evidente impossibilidade de fazer

coletas amplas e consistentes o suficiente para permitir o cruzamento de análise avançar de forma consistente, observando a comparação com dinâmicas de outros cortes sociais.

Para o nosso universo de análise, construímos uma tabela referência, com espaço para a inserção das fotografias em uma planilha e posterior consolidação de alguns dados. A maior ênfase, no entanto, se manteve no olhar detido a cada fotografia de nosso universo de análise e o cuidado na formulação de elementos de análise a partir dessas leituras.

4.3.1. O corpo empírico

O corpo empírico desse trabalho inclui analisar o conjunto de fotografias escolhidas pelos usuários para compor o seu perfil no aplicativo Tinder a partir da amostra por nós segmentada. Como as imagens fotográficas do Tinder só podem ser acessadas por outros usuários, foi necessário a criação e configuração de um perfil específico para pesquisa e coleta de dados. Visando manter a neutralidade do perfil, foi criada uma nova conta para a nossa personagem fictícia, Jennifer, de 21 anos - a média da faixa etária com mais usuários no Tinder. Optamos por não expor fotos, apenas indicar no perfil que a criação do perfil foi realizada para fins acadêmicos. Configuramos a ferramenta para buscar usuários na distância máxima de 5 km, do gênero masculino, de 18 a 100+ anos.

Com a conta de pesquisa registrada, deu-se início à coleta de material. A coleta fotográfica foi realizada até chegarmos ao ponto de saturação de informações, visando construir um universo de amostras representativo, de onde fosse possível ter base para estabelecer um mapeamento geral a partir de perfis genéricos e uniformes. Como o próprio Tinder assume a importância da geolocalização no aplicativo, para a coleta de dados, nos dirigimos a dois dos bairros boêmios mais conhecidos e em forte atuação de Porto Alegre: Cidade Baixa e Padre Chagas.

A Cidade Baixa, desde 1990, é um dos bairros mais tradicionais de vida noturna em Porto Alegre²⁷. Dentre suas ruas mais conhecidas estão Rua João Alfredo, José do Patrocínio e Lima e Silva (local da pesquisa realizada). Já a região

²⁷ De acordo com a reportagem "Sempre em movimento: para onde vai a boemia de Porto Alegre atrás de diversão e segurança" da Gaúcha ZH, 2019.

do entorno da Padre Chagas, rua localizada no Bairro Moinhos de Vento, há muitos anos se firmou como referência de movimentação boêmia, e agora ganha ainda mais força com a ascensão do 4º Distrito²⁸.

A coleta foi realizada no sábado dia 26 de maio de 2019, das 21 às 01h, considerando o histórico de fluxo de pessoas, de forma a conseguir mais usuários ativos nesses horários e locais, como forma de garantir um maior volume de dados e com boa representatividade. Para a coleta foi necessário nos deslocar aos bairros mencionados. Lá, escolhemos um local central e confortável onde pudéssemos fazer a coleta dos perfis, abrimos o aplicativo Tinder pelo celular e iniciamos a navegação entre os perfis que surgiam na tela, capturando as fotografias dispostas em seus perfis sempre que o usuário estivesse de acordo com os seguintes critérios:

- Ser um perfil masculino, com interesse em mulheres de 21 anos. O que percebíamos pelo simples fato de o usuário aparecer para nós - uma vez que o Tinder combina as preferências de quem está vendo e quem está sendo visto, para exibição no aplicativo de cada usuário.
- Estar no raio de 5 km dos dois locais escolhidos: Padre Chagas e Lima e Silva (Cidade Baixa).
- Ser um perfil ativo, conforme mencionado no capítulo anterior, é um requisito do Tinder para mostrar o perfil.
- Ter mais de três fotos de si mesmo, não anônimas, para que pudéssemos perceber as características de representação em mais de uma fotografia e identificar a coerência/complementabilidade entre elas.

Trabalhar com o Tinder como objeto de estudo implica, inevitavelmente um cuidado com as questões éticas e de privacidade de cada um dos perfis. Apesar estarem visíveis para qualquer outro usuário, tivemos a preocupação de editar cada foto exibida na pesquisa, tornando irreconhecível traços característicos de cada perfil, bem como deixando oculto o nome e outras informações disponíveis. É importante destacar que na presente análise trabalhamos apenas com as fotografias; informações como descrição pessoal de cada perfil, nome, profissão, instituição de ensino, etc., foram descartadas.

²⁸ Idem ref 10.

Os dados foram coletados até o ponto de saturação necessário para posterior análise, ou seja, paramos de fazer a coleta de dados quando percebemos que possuíamos uma base diversa, expressiva e consistente para pesquisa, de perfis que trouxessem informações relevantes para os objetivos da pesquisa.

4.3.2. Metodologias: Passo a passo para emulsionar revelações

A análise de representação tem dinâmicas e metodologias que lhe são próprias, mais fluídas, visto que investiga o universo da expressão do subjetivo, amparadas em lógicas de estruturação bibliográfica sociológica e na psicanálise com corpus muito próprio, assim como descrevemos anteriormente. As dinâmicas da expressão pessoal não são facilmente definíveis com critérios rígidos, consolidáveis através de instrumentos construídos no entorno de análises unicamente baseadas em critérios empíricos ou amparados em categorias formais.

Ainda assim, procuramos avançar a análise criando modelos de tabulação flexíveis e próprios, observando da forma mais honesta possível os conceitos consolidados na literatura acadêmica. Não por acaso, apesar de apostar em análises de perfil qualitativo, percebemos que esta escolha permitiu que, sempre que possível, identificar tendências repetitivas expressivas no universo de análise. Este *modus operandis* possibilitou transpor estas especificidades em padrões e, quando pertinentes, pode-se observar algumas tendências quantitativas, que serviriam como instrumento auxiliar para formatação das conclusões sobre nosso universo de amostras.

Para compreender os modos de auto apresentação e representação de usuários do Tinder, objetivo geral deste trabalho, foi criado um protocolo padrão, com indicadores para análise, inicialmente de cada perfil individual, conforme abaixo:

Figura 1 - Protocolo padrão elaborado para análises

PERFIL MODELO								
IDADE								
LOCAL DE COLETA								
DATA								
FOTO 1	FOTO 2	FOTO 3	FOTO 4	FOTO 5	FOTO 6	FOTO 7	FOTO 8	FOTO 9
CATEGORIA 0 - Visão Geral do Uso das Fotografias			CATEGORIA 1 Espaço Social de Pertencimento			CATEGORIA 2: Expectativa de Projeções		
Quantidade de Fotos			Cenário			Aspectos Físicos		
Fotos Posadas			TEMÁTICA (Viagens, Esportes, etc.)			Ideais Românticos		
Selfies			Figurino			Interesses Intelectuais		
Montagens			Bens Materiais			Sabedoria de Vida		
Outros			Sozinho ou Acompanhado			Ego		
			Animais			Sombra		
Elementos da Infância (Puer)								
Comentários Gerais								
Palavras Chave								

Fonte: A autora

As fotografias foram coletadas do Tinder e coladas na tabela, de acordo com a sua numeração e ordem em que aparecem no perfil. Desde já se optou por cortar da imagem o nome e outros elementos que possibilitassem identificar o usuário. A análise, além da coleta de informações gerais, pode ser definida em três categorias distintas: visão geral do uso das fotografias, espaço social de pertencimento e expectativa de projeções. As categorias 1 e 2 foram delimitadas antes da primeira coleta de dados, enquanto que a categoria 0, surgiu posteriormente à coleta. Entretanto, por ser o primeiro aspecto visual analisado, optamos por colocá-la anteriormente as demais, por isso foi chamada de categoria 0.

Na categoria 0 fizemos um levantamento geral e mais quantitativo das fotos coletadas. Investigamos sobre serem posadas ou espontâneas, revelando elementos de atuação perante a imagem, ou espontaneidade. Se *selfies* ou fotografias tiradas por terceiros, sendo a visão que o personagem quis dar para ele mesmo no momento ou se pediu auxílio para outros. Destacamos se imagens montadas, como um mosaico para encaixar mais do que nove fotos, ou uso de filtros que colocassem outros elementos desejados dentro da fotografia (ex: orelhas de

cachorro), e também, caso houvesse a aparição de fotos que não são da mesma pessoa que busca o relacionamento (capa de CD, foto de livro, paisagem, etc.).

Saindo dessa visão mais geral, passamos para uma análise descritiva. Qualitativamente, levantamos todos os elementos visíveis, que pudéssemos perceber sobre as fotografias. Nesse momento, ainda sem preocupar-se com a análise geral dos elementos, atividade que seria realizada depois, através de uma consolidação de dados. Essa parte foi dividida em categoria 1, espaço social de pertencimento e categoria 2, expectativas de projeções. Ambas a serem analisadas de cada perfil individualmente, buscando descrever a pluralidade e individualidade de cada um.

A primeira categoria de análise da nossa tabela tem como objetivo geral auxiliar no mapeamento os perfis de acordo com o pertencimento a grupos/nichos/tribos sociais, levantando elementos visuais que demonstrem este sentimento; como contextualização do espaço, como o com quem estão inseridos, entre outros. Descreveu-se então o cenário (interno, externo, possíveis locais), seguido pela temática da fotografia (viagens, esportes, hobbies, fotos em casa, etc.), figurino (se casual, formal, fantasia, uniforme, etc.), elementos mais visíveis no primeiro olhar. Em seguida buscou-se identificar aspectos que pudessem nos dar pistas sobre o subjetivo do usuário, tais como: bens materiais (se a pessoa aparenta ter apego, se os exibe ou não) se sozinho ou acompanhado, optou-se por descrever quem poderiam ser essas pessoas e se o personagem está em acordo ou desacordo com as outras pessoas e/ou ambiente inserido. Outro critério foi verificar se há a presença de animais ou não, se são domésticos ou de alguma viagem, bem como sinalizar caso a fotografia indique ser em local de trabalho, a fim de perceber se há algum destaque a profissão e quais os significados possíveis para esta aparição.

Já a segunda categoria de análise da nossa tabela, expectativa de projeções, visa levantar elementos visuais que indiquem a expectativa do usuário de projeção do *animus*, por parte do conjunto de usuárias às quais o perfil é supostamente dirigido (seu público-alvo). Para os indicadores de expectativas de projeção do *animus*, buscamos perceber a manifestação de características dos estágios de desenvolvimento, conforme apresentado por Jung (1985 apud FRANZ, 1985), levando em conta que o indivíduo pode apresentar-se em mais de um estágio ao mesmo tempo. Destacamos a busca da identificação do ego e da sombra, pois

achamos que essa parte mais íntima poderia nos entregar algumas respostas quanto aos estágios de desenvolvimento do *animus*. Buscamos classificá-los quanto aos quatro estágios do *animus*, conforme proposto por Jung (1985), Franz (1985) e afiliados (força física, ideais românticos, busca pelo conhecimento, sabedoria de vida).

Para o estágio inicial, analisamos nas fotografias a valorização da força física, tal elemento poderia ser percebido através da aparição de fotos onde o corpo é posto como elemento central, a aparição de esportes, atividades selvagens em meio à natureza, entre outros. Já para a ideação de um perfil romântico, buscamos elementos como fotos com flores, pôr do sol, convites para jantar, etc. No terceiro estágio, desenvolvimento intelectual, procuramos pela aparição de livros, obras de arte, museus, poses meditativas e outros elementos que indiquem a sabedoria. O quarto, expressado a partir de uma encarnação do pensamento, experiência de vida ou religiosidade se confunde nas imagens com o terceiro nível, sendo necessário um contato mais profundo com cada personagem para poder compreendê-lo.

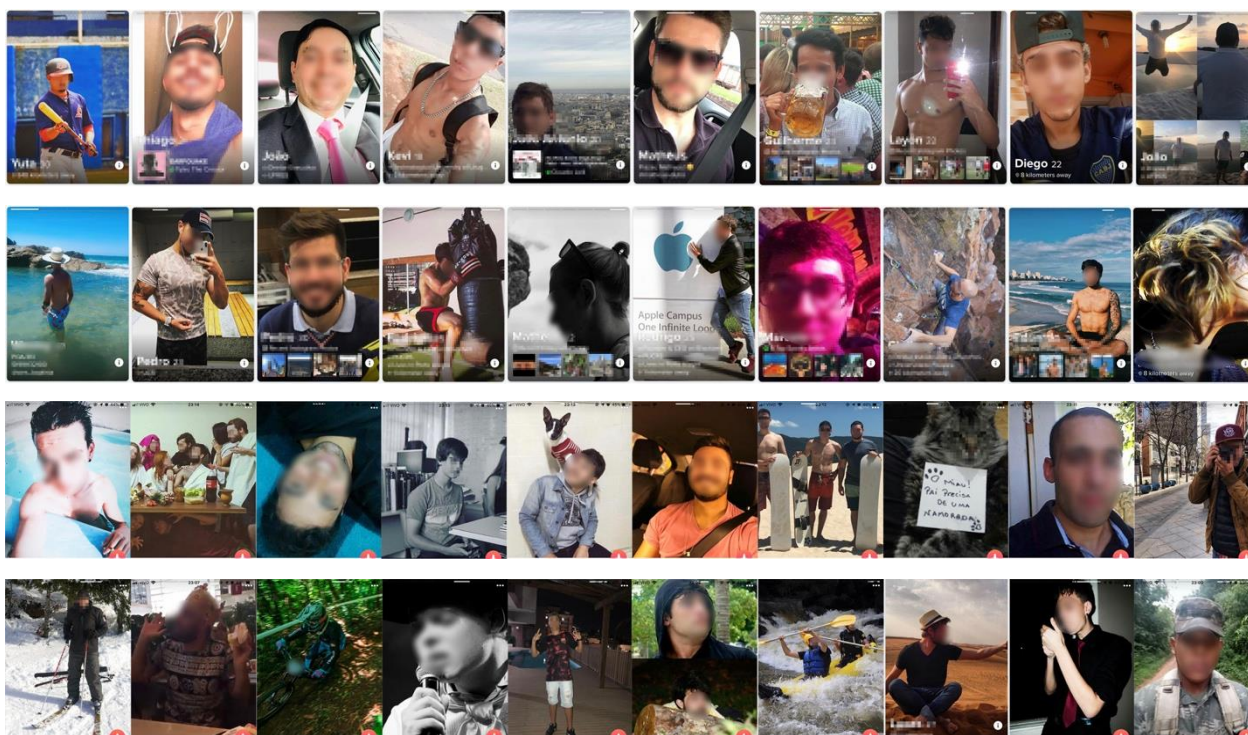
Além dessas categorias de análise e após leitura flutuante das fotografias, percebemos que havia manifestações de características infantis muito frequentes. Em função disso, recorreremos a uma revisão bibliográfica, onde acrescentamos o *puer aeternus*, de acordo com o entendimento de Franz (1981) e Calligaris (1998, apud ESCUDERO, 2012). Viu-se necessário incrementar outra linha de análise para o *puer*, onde sinalizamos a aparição de elementos que o caracterizassem como infantis, ou pela busca da juventude eterna, sendo eles: uso de fantasias, montagens da face dos usuários com bichinhos, uso de *memes*²⁹, fotos em que fazem biquinho, em que há ursinhos de pelúcia ou outros elementos. Após finalizado o preenchimento da tabela, partimos para as análises coletivas através de uma tabela de consolidação de dados. A tabela nos ajudou a ter a visão geral de todas as descrições para cada perfil e, juntamente com a leitura flutuante das imagens, embasou a construção da nossa análise, como veremos no desenvolvimento de nosso próximo capítulo.

²⁹ Segundo definição do dicionário online da Universidade de Cambridge *meme* é “uma ideia, imagem, vídeo, etc. que se espalha rapidamente na internet”. Do inglês: “an idea, image, video, etc. that is spread very quickly on the internet” – tradução nossa.

5 O UNIVERSO MASCULINO NO TINDER

A tendência pela universalização e popularização do uso da fotografia ficou evidente na análise do Tinder. Como palco e forma de rede social, os homens fazem uso da imagem de forma marcante. A questão vai além da acessibilidade para evidenciar, também, a praticidade e conveniência da portabilidade dos dispositivos de captura da imagem. A diversidade de temas, ambientes, lugares e formas de registro, entre outras características endossaram o entendimento inicial de que a fotografia enquanto capacidade de registro está, efetivamente, na palma da mão das pessoas e um dos resultados mais perceptíveis no universo analisado pode ser resumido em uma palavra: multiplicidade.

Figura 2 - Apanhado flutuante, a multiplicidade nas autorrepresentações e palcos



Fonte: Universo de amostras coletadas

A necessidade de aplicar filtros para manter o anonimato dos usuários na figura acima infelizmente limita a visualização do papel da expressão facial no contexto da autorrepresentação em cada imagem, especialmente no conjunto cenário-ator. Nas fotografias, vistas aqui a partir da técnica de leitura flutuante das imagens, identificamos como as máscaras se constroem conversando com a cena. O olhar irônico em sorriso irreverente do “coelhinho”, a forçada simpatia do senhor

de meia idade em seu carro, a expressão de sedução na *selfie* com torso nu ao espelho, a expressão de meditação “zen” (posição da yoga de olhos fechados, aparentando tranquilidade, serenidade) ao sol com praia ao fundo, a profundidade da emoção colocada à serviço de uma canção tradicionalista, a encenação do olhar de horror na foto bipartida, a irreverente rebeldia do jovem que acende o cigarro displicentemente. E, costurando estas expressões mais fortes, em máscaras marcantes e deliberadas as demais expressões se alternam entre projeções de seriedade, de simpatia, ou mesmo de perfil acolhedor.

Nesta mesma figura percebe-se, também, a variedade de cenários. Fotos em viagens, fotos na praia, fotos em meio a natureza, *selfies* 90°, *selfies* de cima, *selfies* de baixo, fotos no espelho, fotos com destaque para os músculos, fotos fazendo esportes, fotos em festas, fotos bebendo, fotos com animais, fotos de animais, fotos estudando, e estas são apenas alguns exemplos dos mais diversos cenários apresentados.

Esta multiplicidade endossa o entendimento de que a universalização e popularização do uso da fotografia se refletem também de forma marcada no Tinder. O ato fotográfico já não é mais restrito, ou limitado a convenções, nem tão pouco é necessariamente preso em padrões únicos de representação. Ou seja, a maioria dos usuários analisados se representam de forma multifacetada, seja enquanto expressão individual (estes sou eu) seja pela diversidade de palcos onde se apresenta. Dentre as possibilidades de construção do indivíduo, elas podem representar uma constante reinvenção do “eu”, expondo-o à sociedade, ou demonstrar que o processo de construção de uma identidade não está definido. A diversidade é tão marcada que, adiante, iremos nos deter em como essa multiplicidade de máscaras, estéticas e palcos podem aparecer, inclusive, em multiplicidades expressas por um mesmo sujeito.

No universo de cenas registradas e oferecidas pelos usuários do Tinder cada fotografia pode parecer única, mas acaba por revelar aspectos culturais, sociais ou psicológicos. Claramente há padrões estéticos que se repetem, refletindo uma possível influência do social. Muitos usuários, também, apreendem tendências do ato fotográfico na sociedade e os replicam, ainda que inconscientemente. As múltiplas imagens, por vezes, tornam-se tão semelhantes que nos dão a impressão de já as ter visto antes. É como se os atores de fato seguissem uma “narrativa

prévia” (PONTES, 2014) em suas formas de representação, um molde para as fotografias que servem de encaixe na sociedade e no próprio Tinder, enquanto meio.

É perceptível, também, a tendência de muitos usuários se valerem de equipamentos e técnicas fotográficas apuradas, refletidas nas qualidades que agregam à forma com que fazem o registro. Embora a análise não pretenda avançar nos aspectos quantitativos, é expressivo perceber que no apanhado feito em 86 perfis soma-se um total de 491 fotografias. Ou seja, na média, são quase seis fotografias (5,85, mais precisamente) demonstrando que há uma efetiva valorização do uso de diversas fotos para se representar-se, com tendência, na maioria dos casos, de maneira diferente. Mais da metade (51,6%) dos homens colocou de 6 a 9 fotos em seu perfil. Estes dados tornam-se ainda mais relevantes se considerarmos que em abril de 2018 o Tinder fez esta exata ampliação do máximo de fotografias que poderiam ser inseridas por cada usuário, e que muitos usuários podem ainda não ter atualizado o aplicativo ou não tem smartphones que suportem a atualização.

No lado oposto, menos de nove por cento (8,3%, mais precisamente) dos homens se apresenta com apenas 3 fotos, além dos 7 perfis descartados, que tinham de 0 a 2 fotos³⁰. O que significa que, do conjunto de perfis visualizados, apenas um universo muito restrito de usuários não se valeu do artifício de se apresentar de forma mais plural, explorando de forma mais significativa uma quantidade maior de fotografias.

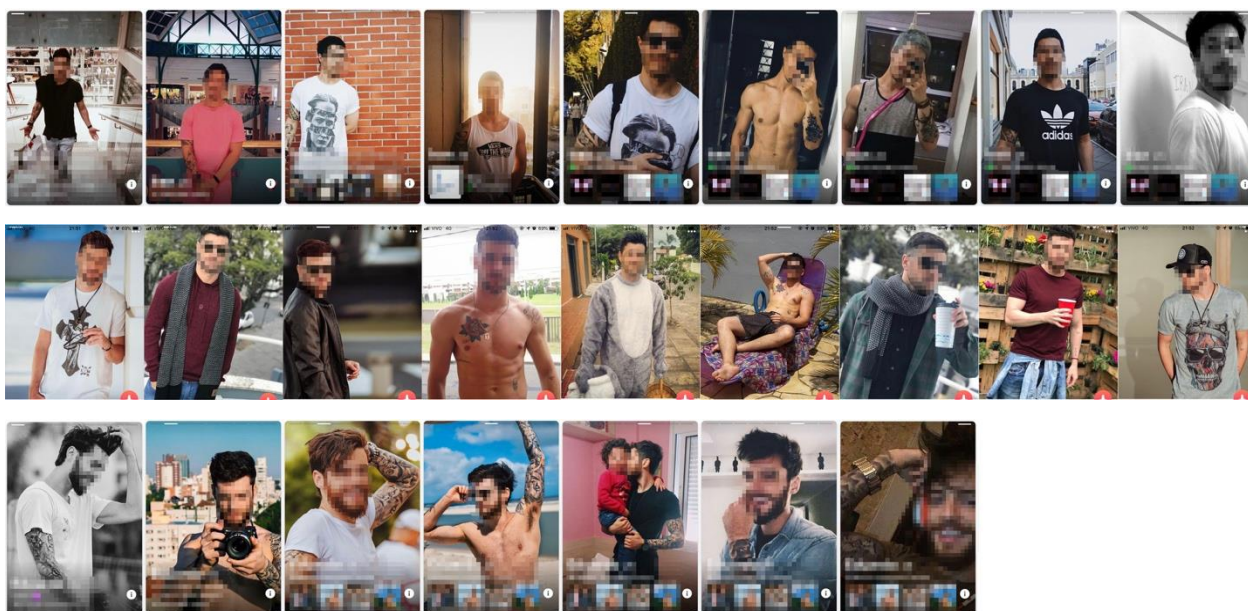
Neste cenário, passa a ser importante dizer que quase noventa por cento (89,6%) do universo de fotografias foi possível identificar que o indivíduo claramente faz algum tipo de pose. Uma evidência substancial de todos aspectos que discutimos na fundamentação teórica no que tange à representação de Goffman (2002) – o sujeito como ator em um palco, o uso de máscaras, a atuação como tentativa de representação de formas atraentes de si. Além disto, quase metade das fotografias da amostra (48,7%) foram expressas em diversas formas de *selfies*, ou seja, nestas situações o sujeito é, ao mesmo tempo, ator e responsável pela sua forma de registro.

³⁰ Definimos antes da coleta que o número de três fotos seria o corte mínimo para recolhimento das amostras, pois perfis abaixo deste número poderiam dificultar uma análise mais plural da forma com o indivíduo se representa.

5.1 Espaço de Pertencimento: Narrativas e moldes de representação social

Um olhar rápido e desavisado no conjunto de amostras poderia render a falsa impressão de que as fotografias são simples representações do “eu”. Mas, conforme discussão levantada a partir da fundamentação teórica, a expressão do indivíduo articula identidades em máscaras e valem-se do ambiente como um palco (GOFFMAN, 2002). Assim, é preciso um olhar mais atento a cada recorte fotográfico, considerando sua inserção em sociedade e sua expressão enquanto modo de vida. Vimos também em nossa fundamentação que, por mais múltiplas que possam ser as formas de representação, indo além na análise, percebemos que, mesmo sendo o indivíduo único, expressando uma de múltiplas máscaras, em infinitas possibilidades de cenário, podemos identificar, tal como estabelece Pontes (2014) que os perfis analisados evidenciam padrões de representação que se repetem. É como se maior parte dos indivíduos seguisse uma narrativa prévia, que consiste em um “grupo de elementos fotografáveis” (PONTES, 2014), que mesmo expressando múltiplas faces individuais, inconscientemente replicam padrões e expectativas com origem socialmente construída, como nestes exemplos:

Figura 3 – Padrões e intencionalidade na sequência da representação



Fonte: Universo de amostras coletadas

Na pequena amostra acima enfileiramos sequência de três perfis na exata ordem como se apresentam, onde é possível perceber alguns elementos que se repetem ao longo da distribuição.

A primeira foto, em qualquer perfil do Tinder, deve ser vista em destaque em qualquer avaliação, isto porque, assim como em um catálogo eletrônico, é a partir do interesse despertado pela primeira impressão que os usuários do aplicativo definem se há interesse de ver as demais fotos. Nestas fotos, podemos perceber que há uma clara tendência em valorizar a pose, o que vem de acordo com os conceitos de Maffesoli (1995) quando apresenta que: “aparência individual que se cuida, a produção de ideias que se procura bem-apresentar” (1995, p. 33). Usualmente com perfil despretensioso, onde o corpo aparece em evidência para definir um perfil geral de forma física, mas ainda sem explorá-lo de forma explícita. A segunda pose tende a ser mais informal, de aspecto relaxado, passivo, tranquilo. A terceira aparenta poses mais definidas, com apelo ao charme e certa sofisticação casual.

É interessante perceber nestes três perfis que é apenas na quarta foto que há exploração clara e explícita dos atributos do corpo, em clara remessa à projeção de força física. Como que para compensar o apelo ao corpo a quinta foto remete à candura de poses que vão da neutralidade até a exploração explícita da inocência, seja vestido de coelho ou na foto carinhosa com a filha. A sexta foto demonstra a expectativa de sedução, seja retomando a exposição explícita do corpo (primeiro e segundo) ou pelo olhar sedutor (terceiro). E assim seguem alternando, cada um à sua maneira, o casual com o empoderado (pose refletindo ar de “quem pode”, ou tem poder), a atuação em momentos de relaxamento com toques de charme. Os homens enfileiram sua representação como que coreografada.

5.1.1 Fundos, poses e representações fotográficas

Não apenas no cuidado revelado na alternância de diversas formas de representar-se nas fotografias, na aparente intencionalidade na organização das expectativas de emoções que as mesmas buscam suscitar, que se percebe a tendência por padrões. Também é possível identificar padrões visuais de fotografia que se repetem, e se aproximam tanto a ponto de parecerem a mesma pessoa, mesmo que vindo de pessoas diferentes, de idades distintas.

As *selfies* em espelho são típicas autorrepresentações do eu, o eu mais íntimo, provocador. É o próprio ator que se espelha, se retrata, sem a interferência do olhar de outro. Toma decisões sobre o que revela, o que torna mais expressivo perceber padrões que capazes de encaixá-los em categoria de representação com elementos que reincidentem em indivíduos distintos. Mais adiante vamos tratar de forma específica das fotografias onde há exposição do corpo, da força, mas é interessante perceber que nas fotos abaixo existem outras particularidades agrupáveis na forma de padrões mais ou menos uniformes.

Figura 4 – Exemplos de *selfies* no espelho e o corpo em destaque



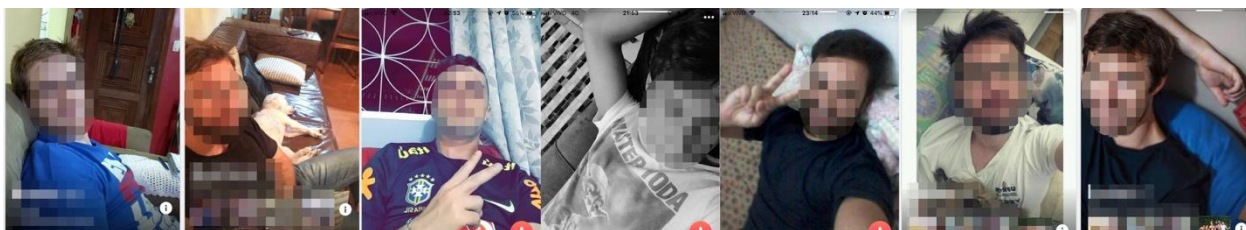
Fonte: Universo de amostras coletadas

Tais fotografias, ainda que por pessoas e ambientes diferentes, demonstram um conjunto de objetos, ângulos e conteúdos mostrados que se repetem, de modo a revelar um padrão. São todas *selfies* que se valem do uso de espelhos para realização. No caso das fotografias de corpo, é possível perceber o mesmo recorte de ambiente, proporção entre os objetos. As fotos a partir da cintura com valorização do torso são os padrões mais comuns, o fetiche narcisista (LARSCH, 1983) com apelo ao corpo é tão evidente que deixa de lado, inclusive, o cuidado com o rosto, que na maior parte das vezes está coberto, mesmo que parcialmente, com o próprio celular. Nessa expressão fica evidenciada que os indivíduos mantêm seu olhar claramente definidos para o aparelho em si, isto é, há clara preocupação de ter controle absoluto sobre a representação do corpo e a forma como aparece, a sobrevalorização do físico em a sua pose.

Ainda usando o cenário “casa”, outros usuários podem fazer o uso do espaço de maneira completamente diferente. A casa, cenário que aparece em mais de um terço dos perfis (36%), pode ser utilizada tanto para exposição corporal (figura anterior), quanto para trazer certo intimismo para a imagem. Nos casos abaixo, o usuário consciente ou inconscientemente tende a revelar parte de sua intimidade, dessa vez não através do físico, mas sim do seu interior. A postura confortável é

apenas um destes elementos que se revelam em padrões de representação. Assim como é comum o ar acolhedor, a calma no olhar. A *selfie* usualmente feita de cima, buscando refletir um ar aparentemente despretenso, mas que pode, ainda assim, revelar aspectos de um jogo de sedução. O sofá envolve o personagem, mas também se oferta como um ponto de encontro: encontro do olhar, estar junto, como nas fotos abaixo:

Figura 5 – O Acolhimento intimista em *selfies*



Fonte: Universo de amostras coletadas

Percebam como as fotografias repetem pontualmente poses, perspectivas, enquadramentos, e, por sua vez, intencionalidades. Diante do limite do próprio braço, o indivíduo se vale da *selfie* como expressão de “romantização”, tal como um abraço buscado, se transforma em instrumento para atuar assumindo máscara de quem se propõe a acolher ao se projetar para o universo feminino, um aspecto que iremos explorar de forma mais ampla adiante.

No universo de temas, figurinos e cenários, os animais de estimação tendem a acentuar o aspecto humanizado do indivíduo. A interrelação com eles reflete um cuidado que vai além do cuidar de si, um nível de comprometimento explícito com “algo que ele cuida” e tem como companheiro em casa. Nas nossas amostras, elas aparecem em mais de vinte por cento (22,1%) dos perfis, o que pode se considerar como valores expressivos. Muitos padrões se revelam nos exemplos abaixo:

Figura 6 – Companheirismo e irreverência com animais de estimação



Fonte: Universo de amostras coletadas

É interessante perceber, por exemplo, que na composição da imagem o animal sempre se encontra próximo do rosto do homem, uma relação de proximidade acentuada na pose. Aspectos divertidos são acrescentados nesta atuação, a ponto de o animal assumir papel protagonista na composição, algumas vezes até de forma intencional, orquestrada pelo indivíduo. O campo fotográfico é selecionado na composição deste dueto de relação, em visível escolha do universo retratado se resumir a ele e o animal. Pode-se entender que a intenção implícita nesta cena pode ser entendida como o homem procurando colocar-se, então, de tal forma que possa se mostrar confiável, humano, acolhedor e responsável.

A temática “eu viajando” é extremamente comum nas fotografias, totalizando uma aparição em mais de quarenta por cento (40,7%) dos indivíduos na amostra coletada. Nelas, pode se dar destaque pela relevância do tema “praia”, conforme ilustrado abaixo:

Figura 7 - A praia como expressão do paraíso



Fonte: Universo de amostras coletadas

O primeiro ponto em comum entre as fotos acima é que - já que são representações feitas por gaúchos e/ou residentes - a paisagem revela que os cenários são externos ao estado, distantes, considerando-se o perfil dos ambientes, e translucidez das águas. A viagem remete, portanto, às formas projetadas de “paraíso”, evidenciando a projeção de qualidade de vida. Os cenários são valorizados de variadas formas. Em três das fotos percebemos que o ator se limita a apreciar o ambiente, mas em número maior, quatro ocasiões, o indivíduo usa o ambiente como moldura para si, deixando evidente o ar de felicidade ao fazê-lo. Pode-se supor delas o prenúncio de certo poder aquisitivo, de espírito viajante. Além das evidências das qualidades físicas, o jogo da sedução parece prenunciar uma oferta: o de compartilhar elementos desse desejo por ter acesso ao que a vida pode ofertar.

As fotos no interior de carros, por exemplo, também são muito comuns e podem ser símbolo de independência, tanto pessoal (locomoção), quanto financeira. Perceba as fotos abaixo:

Figura 8 – Vem comigo



Fonte: Universo de amostras coletadas

O padrão estético é claro, há elementos de uniformidade evidente nos padrões de recorte, forma de exposição. O registro pode ser feito em qualquer momento, no carro já parado (ou supõe-se, dada algumas ausências de cinto de segurança) ou até, talvez, em movimento. Os códigos de vestuário podem se distinguir. Algumas pistas de poder aquisitivo podem se revelar até no teto solar evidenciado, mas como elo em comum o homem se afirma pela posse de um bem pronto para uso com eventuais pretendentes. Dentro deste ambiente me mostro charmoso ou sorridente, mas sempre de alguma forma valorizado, convidativo.

5.1.2 *Figurinos e personagens de grupos: expressões de pertencimento*

Além destas narrativas prévias mostradas através da aproximação visual de moldes, também é possível perceber elementos e culturas de grupos e tribos, que se manifestam no vestuário, poses, expressões. A cultura do Rap/funk³¹, marcada por colares, bonés, roupas largas, também teve grande aparição nas fotografias, seja como traço determinante em identidades bem marcadas ou mesmo no uso de expressões e gestuais fora de contexto, expressas por indivíduos que utilizam expressões ressignificadas de elementos deste perfil de tribo, sem qualquer elemento plausível para justificar uma sensação de pertencimento.

³¹ Os traços de identificação destes dois movimentos, além de outros elementos que compõem as suas dinâmicas de identidade, podem ser entendidos a partir de Oliveira: “Para além do discurso, a imagem passada pelos funkeiros da ostentação – correntes de ouro, roupas de marca, assim como bonés e tênis, perfumes caros, carros e motos – é inspirada na imagem dos rappers estadunidenses do estilo PIMP. Como vimos com MV Bill e Milton Salles, o rap nos EUA perdeu a sua função primária que é a contestação, agora adotam uma postura agressiva, valorizando o discurso sexista, a experiência da violência e a linguagem pornográfica, “os rapper brinca de cafetão” (EMICIDA, canção: Samba do fim do mundo, 2013), a postura adotada pela vertente da ostentação é semelhante ao da vertente PIMP”(OLIVEIRA, 2016, p.110).

Figura 9 - A ostentação suburbana ressignificada



Fonte: Universo de amostras coletadas

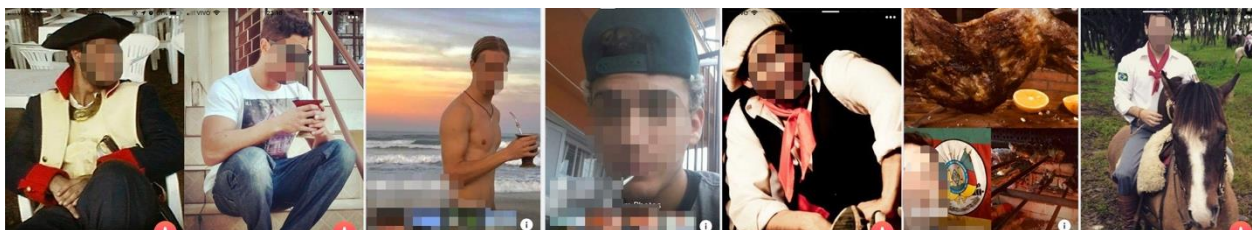
De origem americana na década de 70, o visual marcado rap se transmutou ao longo dos anos. As roupas largas serviam ao propósito de deixar o corpo mais livre, mas elementos de “ostentação” foram acrescentados ao longo dos anos, com tênis de marca, cordões de ouro, anéis, bonés utilizados de forma pouco convencional (aba virada para trás, ou até para o lado). O grupo produziu até elementos próprios de identificação na forma de andar, nos gestuais ousados e ostensivos, na afirmação de posturas que se alternam entre o mais ostensivo ou propositadamente relaxado. O objetivo intrínseco ao estereótipo de rappers americanos, amplamente difundido e copiado, busca demonstrar atitude, presença, autoafirmação e rebeldia, sobretudo uma certa aversão a autoridades formais. No Brasil estes elementos estão presentes também nas matrizes geradas pelo Funk, podendo revelar elementos em comum outras matrizes de grupos.

Nas amostras a predominância do olhar sério, indo até ao sisudo, tem essa dinâmica de reforço da rebeldia selvagem, o empoderamento da força primitiva e viril o que se observa de padrão nas amostras acima é muito mais o uso diverso de elementos pontuais que, de uma forma ou outra, configuram foras de manifestação da expectativa de pertencimento a um padrão de comportamento com elementos de contracultura.

O tradicionalismo gaúcho, em diferentes cenários e por pessoas das mais diversas faixas etárias, também apresentou uma significativa aparição, através de símbolos como vestes típicas, no andar a cavalo, no consumo do churrasco e do tradicional chimarrão³².

³² Conforme Konflanz: “no que se refere aos elementos que compõem o corpo de expressões do Movimento, observa-se que foram sendo resgatadas e construídas novas expressões culturais no Tradicionalismo conforme ele desenvolvia”. A pilcha, o cavalo, as músicas, as lidas de campo foram aos poucos reutilizadas como idealização daquilo que se viveu no passado, foram criados esportes, modalidades, atividades, etc. E este trabalho foi aos poucos compondo o corpo de elementos e expressões do Tradicionalismo. (2013, p.155).

Figura 10 – “Eu sou do sul” em valores típicos



Fonte: Universo de amostras coletadas

A amostra é diversa, com manifestações de aproximação com elementos desta forma cultural/de grupo muito distintas e, por isso, pode ser lida de modo muito distinto dependendo do cenário e atitude do indivíduo. Na nossa avaliação, poderia evidenciar dois sub-padrões distintos, com simbologia própria. Quatro fotos mostram evidente manifestação à caráter da expressão mais efetiva do gauchismo com todo seu grupo de signos, vestimenta, comida típica, bandeira, postura e cenário. É, portanto, coerente caracterizar que nestas fotos há uma intencionalidade de revelar o grupo de pertencimento, possivelmente buscando replicar valores comumente associados ao grupo.

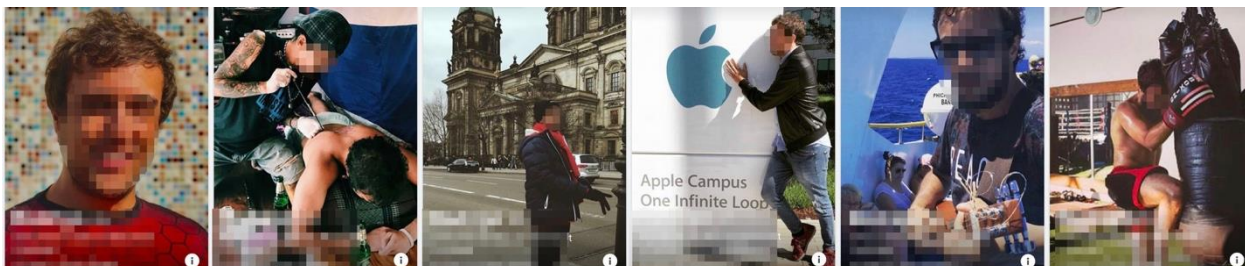
Por outro lado, em três outras fotos a construção do conjunto máscara/cenário sequer mostra estes padrões de identidade de grupo comuns. O elemento que os torna significativo está no consumo do chimarrão, o elo comum entre eles. Assim, a eles parece mais coerente relacionar significantes associados à ampla difusão do consumo do chimarrão e do significado próprio que reveste este consumo. Nos traços de identidade gaúcha, para além do tradicionalismo, pode-se entender de forma mais ampla onde as “rodas de chimarrão”, a “hora do chimarrão” são momentos de compartilhamento de um espaço social de convívio compartilhados. É a hora da conversa, da interação com familiares, vizinhos, amigos ou a companheira. A hora do chimarrão é, no mínimo, o momento de introspecção se o ato é solitário.

5.1.3 A indecisão e multiplicidade em cena

As vestimentas, poses e itens das imagens fazem referência aos grupos, mas não devemos limitar o indivíduo a apenas este grupo ou gosto. Conforme apresentado na nossa metodologia com Hall (2002), o ser é multifacetado, podendo

se identificar com diversas culturas ou grupos diferentes. Alguns perfis, antes de serem multifacetados, ilustram também uma certa indefinição de si mesmo, através de imagens que mais parecem várias tentativas de se encontrar do que o ser múltiplo. Separamos o exemplo abaixo que, apesar de ser um único perfil, bem exemplifica a indefinição de si, característica que se repetem também em diversos outros perfis da análise realizada.

Figura 11 – Sou múltiplo, sou indefinível ou indefinido



Fonte: Universo de amostras coletadas

Tal perfil inicia sua representação com uma foto bem definida em um rosto sorridente, ar tranquilo que busca demonstrar simpatia, em seguida mostra uma imagem dele fazendo uma tatuagem, provavelmente por ter gostado muito do resultado ou de ter tido a iniciativa de fazer. Na sua terceira foto mostra uma de suas viagens, em frente a um prédio histórico, num semblante mais sério. Na quarta fotografia, onde mostra seu lado brincalhão e irreverente, também em viagem, diante de mural da *Apple Campus*, ao posicionar-se de modo a tentar “pegar” a mordida da maçã. Enquanto a sua quinta imagem se mostra tocando cavaco, em um possível passeio de barco, demonstrando um perfil mais lúdico. Por fim, a sexta foto que remete ao seu corpo físico, mas também ao esporte, o kickboxing, que é socialmente visto como um esporte que remete à uma prática violenta. Em suma, intercala, como tínhamos visto antes, fotos com apelo emocional, de exibição do corpo, destacando as múltiplas faces de si e do que fez e do que gosta de fazer.

Nos lembra Maffesoli (1995), com a expressão “atitude camaleão”, que os indivíduos estão em constante mudança para melhor enquadrar-se, inclusive, quando o assunto é o jogo de projeções. Vestem suas melhores máscaras, suas múltiplas máscaras, experimentam diferentes máscaras, que talvez nem sejam suas, mas usam visando conquistar o “like” do público que desejam. E por isso também, que é importante identificarmos as expectativas de projeções de elementos íntimos

do público feminino na representação do homem, análise que embasa a construção do nosso subcapítulo abaixo.

5.2 Para além das projeções e máscaras, arquétipos

Ao longo deste trabalho percebemos as múltiplas influências que uma fotografia pode receber, ou projetar, a partir de elementos construídos na sociedade e, sobretudo, naquilo que revela como expressões de arquétipos do indivíduo. Isto é, diante da multiplicidade de uma sociedade multifacetada, o indivíduo não apenas escolhe suas máscaras, mas o resultado de suas escolhas pode revelar muito dos elementos que compõe sua própria personalidade, inclusive enquanto estágio de desenvolvimento da sua psique. As máscaras que os indivíduos escolhem não servem apenas para esconder, mas para ajudar a entender elementos do que o homem revela de si, como veremos.

5.2.1 *Entre “Peter Pan” e “Pequeno Príncipe”, exposições do puer aeternus*

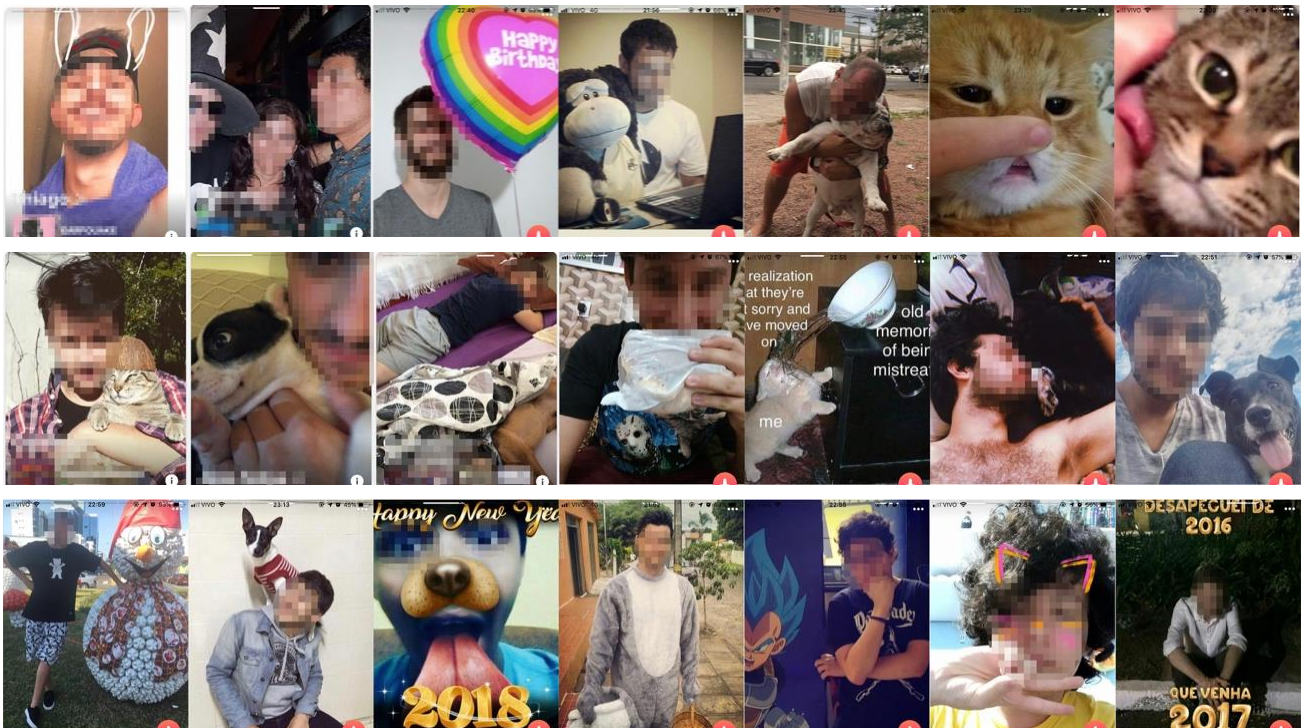
Conforme apresentado no tópico anterior, as possíveis expressões de multiplicidade do ser ou de indefinição sobre si mesmo, podem também representar manifestações do arquétipo puer aeternus (FRANZ, 1981), onde a juventude eterna ou a “adullescência” (CALLIGARIS, 1998, apud ESCUDERO, 2012) reforçam a reinvenção constante, fazendo o uso de diversas máscaras. É importante destacar que os elementos característicos da manifestação do puer aeternus se mostram presentes em homens de praticamente todo o espectro de faixa etária. Pode-se reconhecer facetas dos mais variados graus do “Peter Pan” ou “Pequeno Príncipe”, ainda que o indivíduo seja parte de um grupo etário no qual esta condição não se espera que sejam usuais.

O aparecimento de diversos perfis masculinos com diferença etária de 10, 20 anos, ou até mais anos que o perfil criado (21 anos), revela entre o universo masculino o desejo de manter relacionamentos com mulheres mais jovens. O traço da irreverência juvenil, valorização do corpo, a adoção de formas de vestuários mais casuais e poses informais entre estes usuários bem mais velhos – usualmente descritíveis popularmente como “tiozão” - endossa também a expectativa de mostrar-se adequadamente mais jovem, assemelhando-se aos padrões estéticos

mais utilizados pelos mais jovens. Tal como já indicamos a partir de Morin (1986), homens e mulheres procuram se mostrar jovens como forma de estarem prontos para o amor, para aproveitar o presente.

Agora visto em todo o universo de faixas etárias, são características comuns a aparição de forma infantil, inocente ou vulnerável. Percebemos estas aparições em imagens como as selecionadas abaixo:

Figura 12 – Dos homens em facetas e formas pueris



Fonte: Universo de amostras coletadas

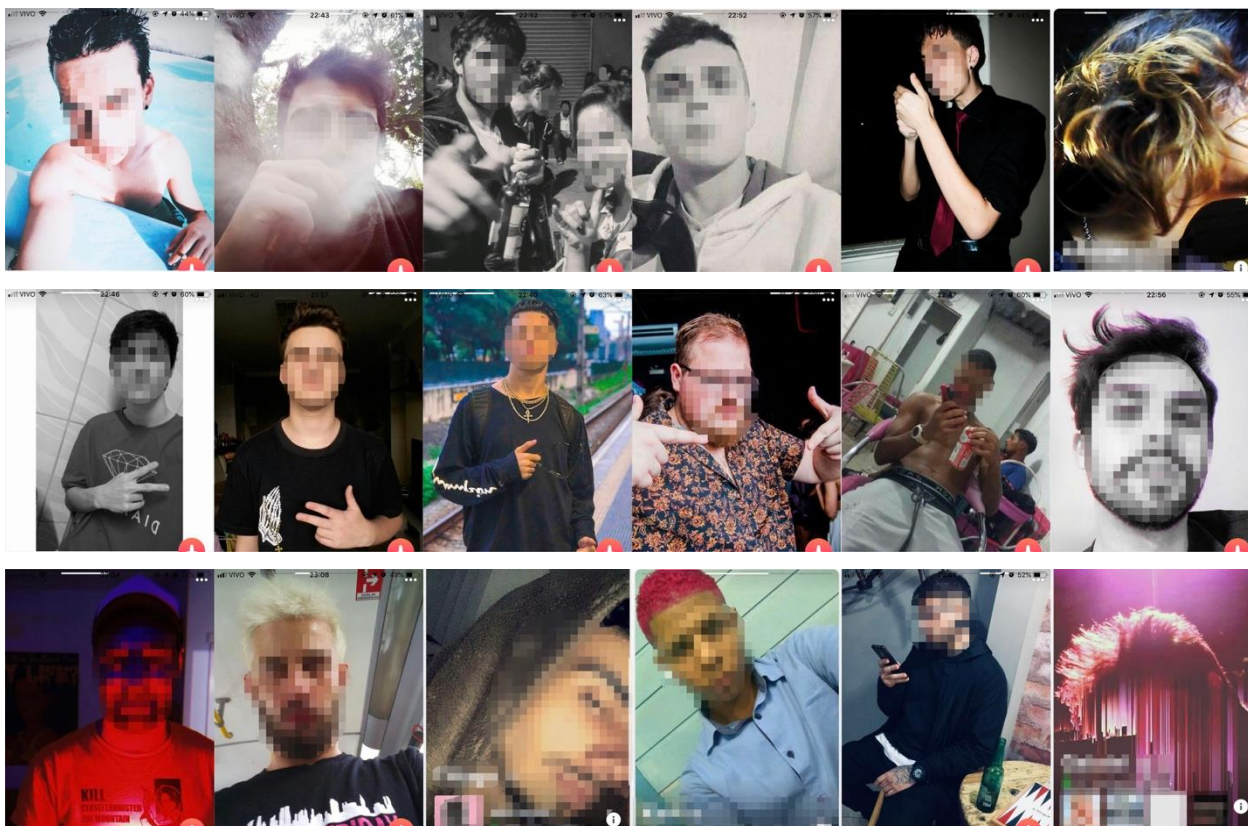
Segundo Franz (1981), o personagem que se mostra dessa forma, provavelmente está buscando atrair uma “mãe-deusa”. Tal pensamento justifica a possível representação através de fotografias onde o personagem é caracterizado como “fofinho”, “meiguinho”, “bonitinho”, cujas fotos encheriam a mãe de orgulho. O uso de fantasias (coelho, homem-aranha, chapéu de bruxa), uso de filtro de animais, balão, memes, entre outras, nessas fotos, denotam diversas formas de apresentação do personagem infantilizado.

A aparição de animais nas fotos pode assumir múltiplos sentidos, desde uma remessa ao infantil até a construção de um personagem que demonstra apego aos animais, como visto em vários outros perfis. A infantilidade, no caso das imagens destacadas, fica marcada quando o animal é lambido, apertado, vestido, ironizado.

O sentido de *puer* também é marcado na transfiguração irreverente ou quando o homem adota a máscara infantilizada de “ser o próprio animal”. Através da criação de montagens em aplicativos de edição de imagem, os homens utilizam elementos de animais, tais como orelhas, línguas, fuço, etc, como parte do seu figurino. Assim como o uso de memes ou o gosto por elementos da cultura infantil - como desenhos animados, balões coloridos e as próprias fantasias – acrescentam também o tom de brincadeira e ironia às fotografias.

Além desses elementos concretos e diretamente visíveis, as formas de *puer* se manifestam discretamente, através de olhares e sorrisos que caracterizam uma feição inocente, ou através de uma pose descontraída que deixa o personagem pequeninho, ou vulnerável. Como por exemplo, as fotos em que o homem está dormindo na cama ao lado de seu cachorrinho, ou a imagem do cachorro subindo nas costas do homem, enquanto ele, com o corpo retraído, lança lhe um olhar sorridente.

Figura 13 - A rebeldia como elemento "adultecente"



Fonte: Universo de amostras coletadas

Como podemos ver na figura anterior, outra forma de aparente manifestação do *puer* é a expressão da rebeldia, traço que pode ser associado com as manifestações da adolescência.

A rebeldia é vista como traço típico da adolescência, até indispensável para a afirmação de uma identidade própria. Como já vimos, no mundo contemporâneo as matrizes de comportamento ganharam novas dimensões. No caso da rebeldia, ela pode expressar a extensão de sua expressão na faixa etária, no que caracterizamos como “adulescência”, ou mesmo na transposição de elementos ressignificados, oriundos das tribos. O ato rebelde pode ser percebido no ato exibido de fumar ou beber, na adoção de uma postura mais irreverente, desalinhada, desleixada ou obscura. Ou ao usar gestos, vestuário ou posturas transpostas do simbolismo de tribos típicas da cultura de minorias, guetos e favelas e perpassaram a sociedade ressignificadas de várias formas. E também ao exagerar em adornos como enormes brincos negros; manter postura displicente, largada ou, pelo contrário, empoderada de afirmação de si; exacerbar o olhar de força ou indiferença. Bem como nos cabelos descoloridos ou pintados.

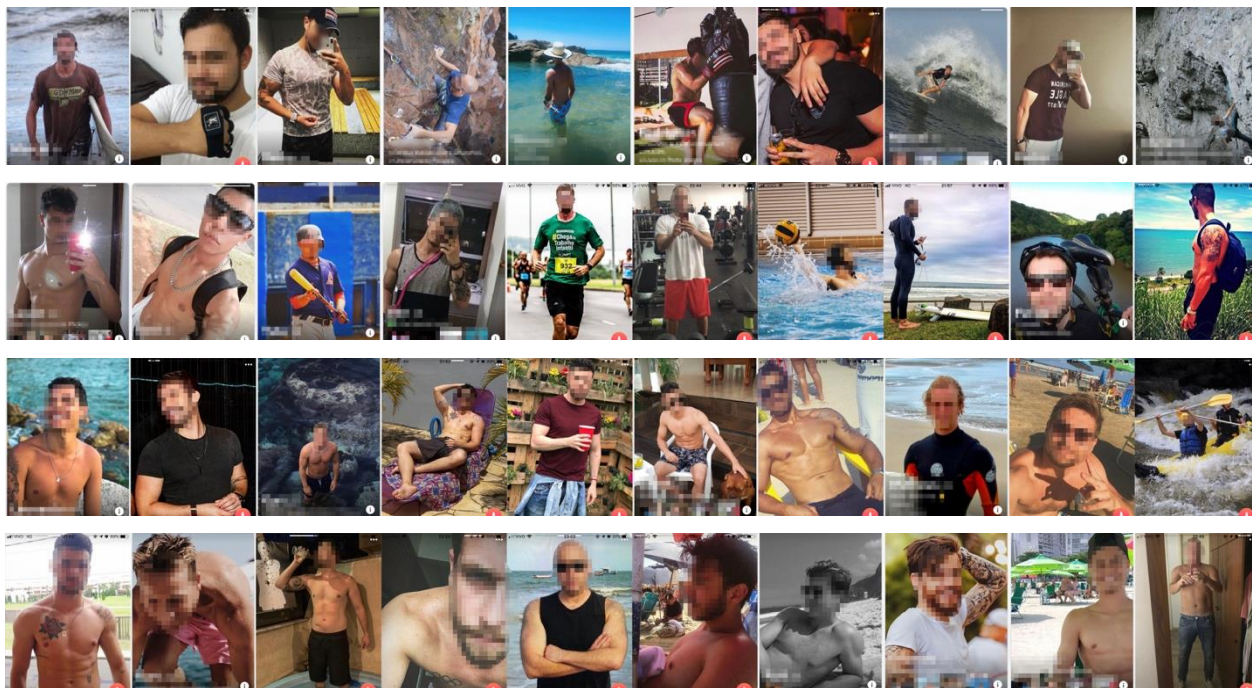
É importante concluir esta fase da análise deixando claro que as amostras acima são apenas recortes de um universo muito mais amplo de formas de representação atuada da “juventude eterna”. Ela pode ser vista, inclusive, de forma complementar a outras categorias que veremos adiante.

5.2.2 *Projeção do primeiro estágio de desenvolvimento do animus:*

Como vimos, para Jung, o estágio mais primitivo de desenvolvimento do *animus* no homem remete à força física. Tal estágio, sendo uma manifestação instintiva básica, em um aplicativo de relacionamento, mostrou-se como uma manifestação usual e recorrente nas amostras. De fato, características como exibição do corpo como elemento central, aparição de práticas esportivas radicais e vivência em meio a natureza foram destacadas em, exatamente, metade (50,0%) dos perfis analisados.

A profusão de fotos do torso nu é um dos padrões predominantes, mas não é a única expressão que reflete esta projeção de força. Como podemos ver nos exemplos:

Figura 14 - Força como manifestação do primitivo



Fonte: Universo de amostras coletadas

Nesta coletânea, que soma 40 fotografias, o corpo é elemento indiscutivelmente presente, mostrado de forma explícita ou não. Das não explícitas, as posturas e/ou as escolhas do figurino, somam evidências de valorização do físico. A prática de esportes é outra destas formas, do surfista ao alpinista, do kickboxing ao jogador de baseball, ou da corrida até o ciclismo ou do polo aquático à academia, a manifestação do personagem em ambiente ou atitude que valoriza de alguma forma a preocupação prática esportiva de alguma forma reflete a tendência contemporânea de sobrevalorizar o físico e seu culto e, sobretudo, são a expressão de elementos desta etapa primitiva de desenvolvimento do *animus*. É junto a este perfil, também, que podemos evidenciar um número muito expressivo de manifestações claramente narcisistas, evidenciadas especialmente pelas poses, ainda que aparentemente relaxadas e descontraídas.

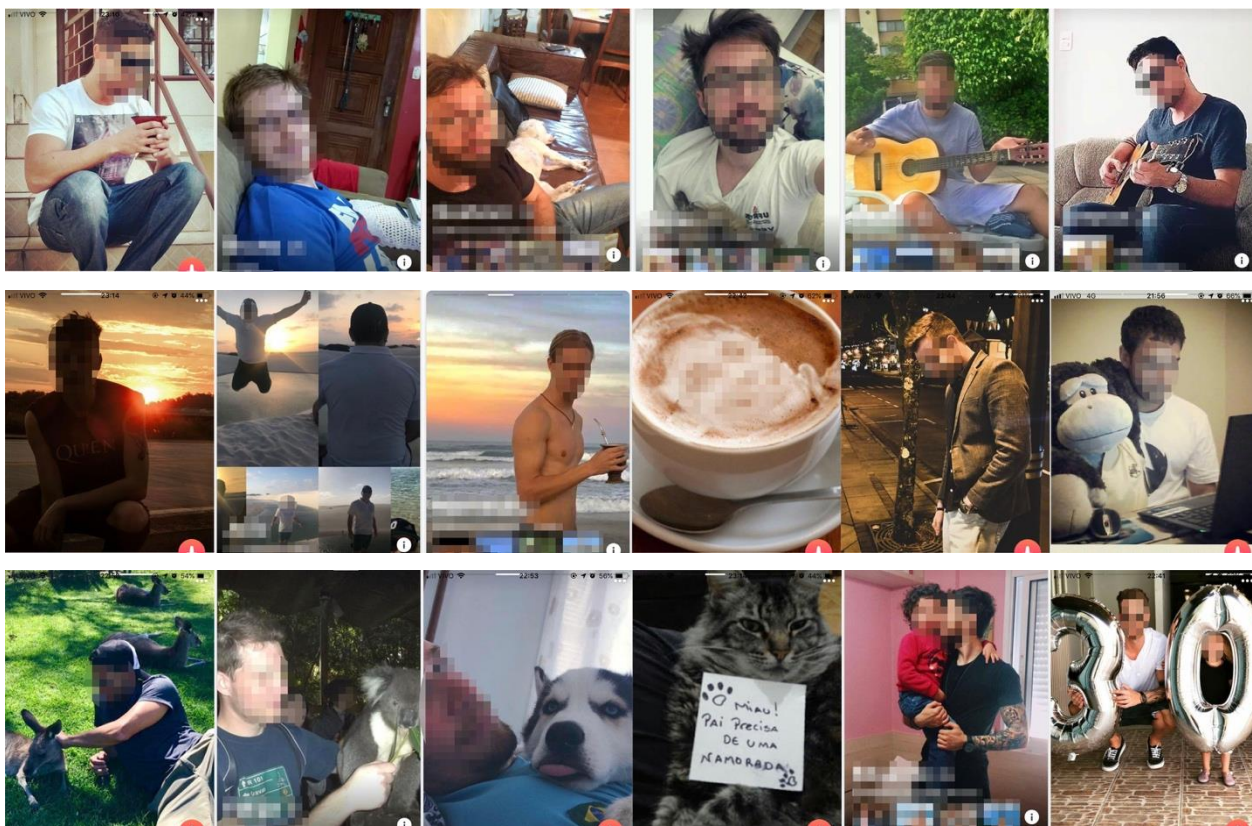
Perceba que a opção por representar a amostra em grande quantidade, se justifica porque, através dela, conseguimos visualizar, inclusive, alguns padrões de “pré-roteiros” que se repetem nas fotografias da categoria do próprio corpo, como já vimos. Por exemplo, a numerosa aparição de fotos sem camisa ou com destaque para os braços em frente ao espelho, seguida da aparição do torso nu em cenários como a praia, recortes feitos de maneira semelhantes. Para aqueles que não estão tão à vontade com o próprio corpo, imagens cortadas na região dos ombros ou

acima do peitoral. Para os mais resolvidos, fotos de corpo inteiro, muitos inclusive enfatizando com aparição do mar límpido e claro.

5.2.3 Estágio seguinte do desenvolvimento do animus: o romântico

Este perfil de projeção do *animus*, o que se sugere romântico, responsável ou acolhedor, surge por ares discretos. Não é apresentado tipicamente como aquele estereótipo convencional de homem romântico, que espera as mulheres com rosas ao sol poente em uma mesa para jantar. Tais comportamentos podem estar presentes nas suas ações, e personalidade, mas, quando transpassada para a fotografia, assumem novas formas. Dependendo do contexto e expressões presentes na fotografia, uma imagem pode ser redistribuída nos diferentes níveis e, inclusive, fazer parte de mais de um dele. Para exemplificar, a figura abaixo apresenta uma amostra de diferentes imagens encontradas.

Figura 15 - Romântico, do singelo ao acolhedor



Fonte: Universo de amostras coletadas

Como já dito, o chimarrão pode ao mesmo tempo ser símbolo de um tradicionalismo, mas, quando em meio a outras fotografias enfatizando o corpo, assume os ares que sabe ser “caseiro”³³ e que valoriza o chimarrão do fim da tarde. Outros explicitam ainda mais esse apego, fotos no sofá enfatizam um espaço vazio que, originalmente, previa ter mais pessoas em conjunto. Tal elemento quando com olhares que são quase um convite, visando estabelecer conexão com o emocional e “atrair” a pessoa desejada para o *like*. O violão e o pôr do sol, trazem ares a um cenário mais romântico. Não deixam também se ser um convite que diz “eu toco uma música para você”, ou “vem apreciar essa vista comigo”. Outra imagem nessa linha é a do senhor que projeta sua própria imagem no café, uma possível diferente forma ao tradicional convite “quer tomar um café comigo?”. Nesse mesmo sentido, clássicas imagens cinematográficas também são incorporadas e recriadas no Tinder. A cena em que o bom moço sai caminhando pelas ruas com a mulher do seu anterior encontro, se escora num poste e põe a mão no bolso sorrindo, claramente tímido e sem saber o que fazer na sequência, também ilustra certo apelo emocional, uma vez que lembra no imaginário da pessoa a cena já vista.

Os animais mais uma vez aparecem em destaque. Podem representar símbolo de infantilidade, conforme comentamos no item anterior, mas também de afeto, cuidado, carinho. O personagem que acaricia o canguru, outro que alimenta um coala, ou o que deita com o cachorro, entre outros. Há também aquele que deixe o próprio gatinho falar que quer uma namorada, fazendo uma analogia com a antiga cantada de ver alguém passeando com o animal da rua e perguntar “qual o telefone desse cachorrinho?”. Um pouco mais maduros, pais apresentam seus filhos como forma de demonstrar afeto, carinho, gosto pela família. Além de já deixar claro que possuem uma família antes mesmo de alguém se interessar e depois vir a rejeitá-lo por esse mesmo fator.

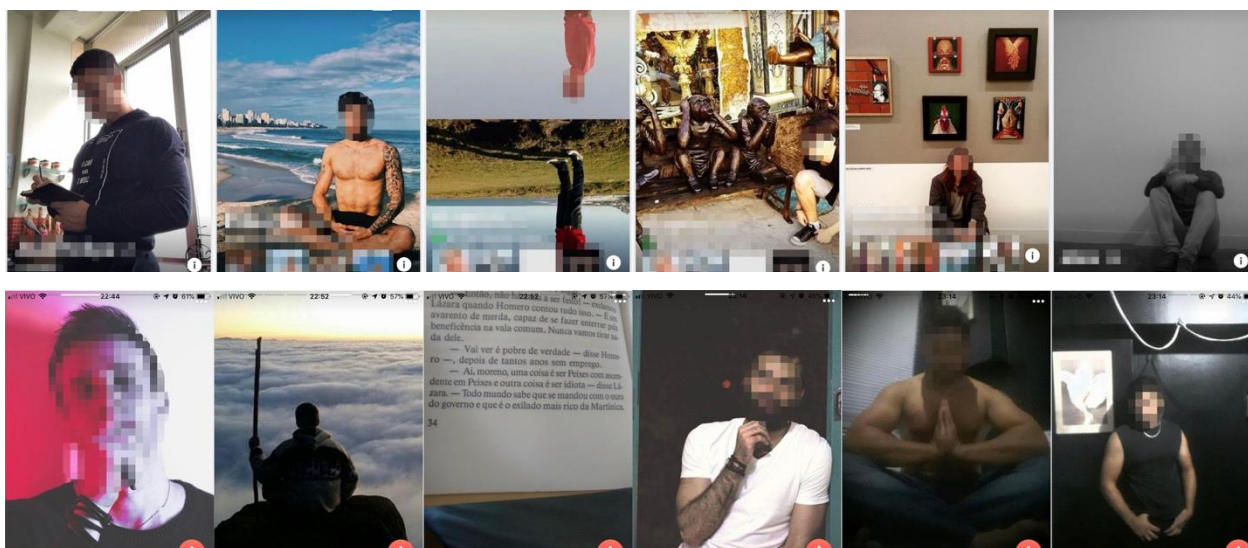
5.2.4 A riqueza intelectual como estágio do animus: o Verbo

O estágio seguinte do desenvolvimento do *animus*, chamado de “o verbo” (FRANZ, 1985) se manifesta através de uma riqueza intelectual, que pode ser racional ou irracional. Mesmo que, pouco representado nas fotografias do Tinder,

³³ “Diz-se de pessoa que evita sair de casa”. Fonte: Michaelis Online

podemos percebê-los de forma muito discreta e, em muitos casos, difíceis de definir como uma expressão precisa deste estágio do *animus*. Nas fotografias, alguns perfis se mostraram em momentos mais introspectivos, com poses que remetem ao pensamento, meditação; e de forma mais superficial, outros se manifestaram através das expressões do gosto pela história e pela arte. De novo, convém ressaltar, que uma leitura mais atenta da representação em si reflete mais uma máscara superficial que a verdadeira expressão de um estágio consolidado, particularmente quando confrontadas com outras formas de representar-se no mesmo perfil.

Figura 16 – Eu me mostro elevado, espiritual ou culturalmente



Fonte: Universo de amostras coletadas

Para ilustrar tais representações, nada mais apropriado do que a própria aparição do “Verbo”, um livro. As poses meditativas ou que indiquem reflexão também ganham corpo, assim como fotografias editadas que apresentam uma certa profundidade, uma produção artística com viés quase que espiritual (o recorte do indivíduo, que fica de cabeça para baixo e dividido em dois lados), bem como o gosto pela arte, demonstrado com as obras de arte ao fundo.

5.2.5 Estágio último de desenvolvimento: a encarnação do pensamento

A força do pensamento deste estágio demonstra, na mulher, uma brandura exterior e um amparo interior. Tais características, por serem muito íntimas da

psique, podem se confundir visivelmente com as representações e expectativas de projeções do terceiro estágio do animus. Não conseguimos, portanto, traçar linhas de diferenciação entre as fotografias que pudessem nos dar indícios sobre essa presença interior ainda que algumas máscaras adotadas na sessão anterior possam indicar a busca pela representação deste perfil. Mas, para uma avaliação mais precisa, seria necessário a consulta em outras fotografias e textos da própria pessoa, ou tendo mais contato com a mesma.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, nos propusemos a compreender o modo de representação e autoapresentação dos usuários do sexo masculino do Tinder, com interesse que abrange o perfil montado (feminino de 21 anos), a partir da análise das fotografias exibidas em perfis do aplicativo. O levantamento bibliográfico nos permitiu avançar no entendimento de variáveis muito complexas, assim como deu ferramentas para compreensão da expressão fotográfica enquanto modo de ser social e a análise de possíveis características de seu subjetivo - ambas evidenciadas a partir das categorias propostas no protocolo desenvolvido.

Também foi feito o mapeamento de perfis do Tinder quanto às características mais gerais do uso da fotografia. A primeira impressão marcante reflete a multiplicidade de formas de representação e, como forma derivada, o amplo uso de fotografias nas formas de representação. Ficou claro que o grande crescimento, popularização e constante desenvolvimento de equipamentos digitais acessíveis e portáteis, tipicamente os smartphones. Isto é refletido em representações distribuídas em palcos diversos: desde os ambientes mais íntimos até as paisagens mais exóticas. A multiplicidade é evidente nas variações marcadas pelo uso dos mais diversos ângulos, cenários e diferentes conteúdos.

Esta tendência é perceptível pela quantidade de fotos publicadas nos perfis analisados, evidenciada pelo fato de que mais da metade (51,6%) dos homens colocou de 6 a 9 fotos em seu perfil. No campo oposto restam menos de um décimo de perfis vistos com três fotos (8,3%) ou menos (7 perfis descartados pelo critério mínimo de amostras). Em paralelo, foi possível perceber reflexos do incremento do uso de dispositivos com boa qualidade. Ou seja, registro fotográfico inicial com maior número de pixels, em equipamentos mais sensíveis e eficazes no tratamento da luz, e com aprimoramento de recursos fotográficos que gradativamente aproximam o resultado de fotos realizadas com câmeras de celulares à qualidade e recursos de câmeras profissionais e semi-profissionais.

Puderam-se levantar questões quanto à intencionalidade destas escolhas, sobre o quanto estas formas de representação refletem padrões de representação, replicados de forma subjetiva ou não, mas é possível afirmar a importância da imagem. A representação do eu através de momentos distintos tornou-se tendência dominante na nossa faixa de amostra.

Neste sentido, é relevante destacar que em 89,61% dos perfis o personagem mostrou-se, claramente atuando, através de fotos posadas, enquanto que apenas um décimo das fotografias percebeu-se registros de momentos espontâneos ou sem claras evidências de interpretação. Tais resultados, especialmente quando vistos no contexto de um aplicativo online dating, expressam algum tipo de cuidado do indivíduo na forma como pretende se revelar para possíveis pretendentes. Não há, portanto, dúvidas de que os homens, neste universo de amostra, de alguma forma, encenam no campo do jogo de sedução.

Outro fator percebido foi o aparecimento de padrões sociais, tanto na forma da construção dos perfis enquanto distribuição da temática fotográfica. Foi possível identificar, inclusive, perfis com exata coincidência de temas e intencionalidades no ordenamento das formas de exibição. No conjunto dos perfis foi possível perceber a tendência de intercalar fotos posadas de apresentação geral, com fotos de exibição do corpo, seguidas de fotos mais informais e descontraídas, onde aspectos emotivos assumem elemento central despertado através da representação de uma certa inocência, provocando o riso, mostrando-se carinho, etc.

De posse destes elementos, é possível identificar a tendência marcante pela presença de uma narrativa prévia tal como apresentada por Pontes (2014), onde os tipos/estilos fotográficos, enquadramentos, ângulos, conteúdos e cenários repetem-se. É como se para ter um “perfil de sucesso” no Tinder, fosse necessário destacar os atributos físicos, ter uma foto viajando, e fotos que toquem no emocional tal como fotos com animais, fotos em casa, etc.

Ao levantarmos elementos visuais que indicassem pertencimento social, foi possível também perceber o agrupamento em tribos, tais como elementos do tradicionalismo gaúcho (seja em suas vestes típicas ou mais discretamente através do consumo do chimarrão) e simpatizantes de estilos influenciados por padrões presentes nas expressões de gêneros musicais como rap ou funk, destacados pelo uso de roupas largas, correntes, etc.

Percebemos também que muitos usuários apresentavam-se de forma dualista, plural ou até mesmo contraditória em suas fotografias. Antes do que Hall (2002) definiu como multifacetado, alguns usuários chegam a parecer indefinidos em evidências que podem denotar, ainda que seja uma avaliação preliminar, uma personalidade em processo de maturação e fluída.

Tal característica vem de encontro a talvez a nossa maior descoberta na pesquisa, “nossa galinha dos ovos de ouro”, a infantilidade, que foi representada de forma bem exacerbada ou como elemento sutil na composição dos perfis masculinos. Presente em um grande número de perfis, incluindo adultos com mais de 50 anos, o puer aeternus nos surpreendeu não pela quantidade, quando comparado com o todo, mas pelo local de aparição. O palco dos relacionamentos não mais tem como protagonista “namorado ideal”, pois agora o que parece estar em cena é o personagem “fofinho da mamãe”. O esperado romântico cede o seu lugar ao uso de memes, orelhas de bichinho, uso de fantasias e poses infantis. A rebeldia da adolescência também está presente enquanto característica de uma “adultecência” (CALLIGARIS, 1998, apud ESCUDERO, 2012).

Os atributos físicos são explorados de forma ainda mais marcante que as manifestações infantis, denotando as tendências contemporâneas de um narcisismo voltado ao culto ao corpo. Manifestam-se de forma ostensiva ou velada, deixando claro seu “eu” mais primitivo. Categorias como a busca pelo desenvolvimento intelectual representam poucos perfis e manifestam-se apenas sutilmente, através de anotações em cadernos, livros, poses introspectivas e meditativas. Não foi possível encontrar a força do pensamento apenas pela visualização da expressão fotográfica nas amostras analisadas.

Com base nestes elementos, pode-se concluir que ante a expectativa de atuar em um jogo de sedução, as manifestações da força ou exuberância física, ambientes que remetem à aventura e paraíso, e formas de manifestação mais receptivas e acolhedoras, se sobressaem como as expressões mais presentes no universo pesquisado. A estas se soma a aparição de manifestações do puer aeternus.

O tema revelou-se um universo extremamente rico para análise. Um entendimento mais profundo desta fração do universo de manifestações fotográficas representa obviamente um recorte, mas que permitiu um estudo mais detalhado da aplicação dos conceitos de referência, tanto no universo pesquisado quanto em análises diárias em outras redes sociais. Foi possível ter claro o quanto a expressão fotográfica adquire novos contornos no mundo pós-contemporâneo, onde máscaras e cenários se proliferam e, mesmo diante de uma multiplicidade de formas de representação, foi possível compreender padrões, sejam eles sociais, sejam eles expressões de arquétipos psicológicos.

Ao mesmo tempo, é justamente elementos desta riqueza demonstrada em um recorte fotográfico que nos faz pensar sobre como pode se expandir este universo na direção do que está oculto, de uma ou outra forma. Primeiro, não foi escolhido, a partir do nosso recorte, avançar de forma significativa na leitura do “ego” e das “sombras”. Sendo da área da comunicação e com pouco conhecimento teórico na psicologia, não conseguimos dizer se essa limitação se deve apenas ao meio de análise (o olhar sobre o exposto e fotografado) ou se seria preciso ter um contato maior com os usuários para tal leitura.

O segundo ponto que a nossa avaliação nos trouxe envolve elementos do recorte social. Percebemos uma predominância de experiências expandidas pelo poder aquisitivo e isso pode se dar pela escolha dos pontos de coleta serem mais centrais, em um bairro dito-se mais “alternativo” e o outro nobre. Mas se os pontos de coleta fossem mais diversos (periferias, região metropolitana, interior, outras cidades e outros estados) será que encontraríamos os mesmos padrões repetidos ou a apresentação seria feita de forma distinta? E se, além do ponto médio da faixa etária predominante, 21 anos, repetíssemos a coleta com perfis marcados com outras faixas etárias? Seria possível perceber uma mudança significativa na expressão do puer ou mesmo nas formas mais predominantes de manifestação? Poderíamos desbravar de um número maior e mais plural de máscaras e representação se fosse ampliado o corpus empírico, ou manteriam-se as formas e padrões aqui encontrados? Revelariam-se outras manifestações do eu e outros padrões e máscaras, quando cruzada com outras amostras, levando em conta a pluralidade de gêneros e suas formas de representação?

Esta pesquisa pode ser vista tal qual uma fotografia. Pode-se ficar feliz com a realização de uma foto e o que ela passou a representar. De forma equivalente, por mais que tentemos manter um olhar embasado, diverso e sistêmico, ela segue sendo um recorte de um momento, com atores delimitados em espaços definidos, além de representar o olhar do fotógrafo, neste caso, da pesquisadora. E é do fascínio do primeiro registro, da análise do primeiro recorte que se lança a outros olhares e registros. Este é justamente o motor que fez desenvolver o ato fotográfico. Uma foto é pouco para apaixonados pela fotografia. E quem em face da admiração da análise fotográfica se furtaria de novos olhares, novas perspectivas e da busca de outras expressões fotográficas? O universo de representação do Tinder é tão rico e diverso quanto a sua base de usuários. Talvez seja possível perceber linhas de

representação que se unem em padrões definidos, mas uma dimensão mais ampla não pode deixar de expandir e aprofundar o olhar, entendendo que é um universo fluído tal como o que nos cerca e que deixa um espaço para a análise por outros olhares.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004. ISBN: 978-85-7110-795-3.

_____. **Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BOURDIEU, P. **O capital social – notas provisórias**. In: CATANI, A. & NOGUEIRA, M. A. (Orgs.) *Escritos de Educação*. Petrópolis: Vozes, 1998. Disponível em: <http://www.sites.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/capsoc.html>. Acesso em: 15 jun. 2019.

BRASIL, André. **A performance: entre o vivido e o imaginado**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Experiência Estética do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de jun. de 2011. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1603.pdf. Acesso em: 8 mai. 2019.

CANALTECH. **A cada 2 minutos, o mundo tira mais fotos do que todos os clicks do século XIX**. [S. l.], 19 jun. 2012. Disponível em: <https://canaltech.com.br/curiosidades/A-cada-2-minutos-o-mundo-tira-mais-fotos-do-que-todos-os-clicks-do-seculo-XIX/>. Acesso em: 7 jun. 2019.

_____. **A cada cinco usuários, um usa aplicativo de relacionamentos no Brasil**. [S. l.], jun. 2017. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/a-cada-cinco-usuarios-um-usa-aplicativo-de-relacionamentos-no-brasil-100362/>. Acesso em: 15 jun. 2019.

_____. **Ceo do Tinder não espera que pessoas mais velhas usem o aplicativo**. 31 jul. 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/ceo-do-tinder-nao-espera-que-pessoas-mais-velhas-usem-o-aplicativo-119226/>. Acesso em: 15 jun 2019.

_____. **Tinder Plus: versão paga do aplicativo é mais barata para os mais jovens**. [S. l.], 6 mar. 2015. Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/Tinder-Plus-versao-paga-do-aplicativo-e-mais-barata-para-os-mais-jovens/>. Acesso em: 15 jun. 2019.

CASEIRO. Michaelis Online. Brasil, 23 jun. 2019. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/caseiro/>. Acesso em: 23 jun. 2019.

CENTRO DE FOTOGRAFIA ESPM. **Das origens à contemporaneidade do autorretrato**. [S. l.], 4 mai. 2011. Disponível em: <http://foto.espm.br/index.php/noticias/das-origens-a-contemporaneidade-do-autorretrato/>. Acesso em: 7 jun. 2019.

DE PAULA, Silas; MARQUES, Kadma. **A imagem fotográfica como objeto da sociologia da arte**. Dossiê: Sociologia e Artes Visuais, [S. l.], v. 41, n. 1, p. 17 - 26, 2010. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/index.php/revcienso/issue/view/67>. Acesso em: 1 mai. 2019.

ESCUADERO, Andreia Perroni. **Adullescência e imagem: o emergir do puer aeternus" nos meios de comunicação**. 2012. 143 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: http://www.fclar.unesp.br/agenda-pos/ciencias_sociais/3793.pdf. Acesso em: 23 jun. 2019.

EXAME. **Com super like Tinder consegue mais de 1 mi de assinantes em 2018**. 8 fev. 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/com-super-like-tinder-consegue-mais-de-1-mi-de-assinantes-em-2018/>. Acesso em: 15 jun. 2019.

FAUSING, B. **Selfie and the Search for Recognition.: See for your selfie**. 2013. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/167602342/Selfies-and-the-Search-for-Recognition-See-for-your-Selfie/>. Acesso em: 15 jun. 2019.

FRANZ, Marie Louise von. O processo da individuação. In: JUNG, Carl G. et al (org.). **O Homem e seus Símbolos**. 6. ed. Lagoa, RJ: Nova Fronteira, 1985. p. 153 - 230. Disponível em: <http://conexoesclinicas.com.br/wp-content/uploads/2015/04/jung-c-o-homem-e-seus-simbolos.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2019.

_____. **Puer aeternus: A luta do Adulto contra o paraíso da infância**. Tradução: Jane Maria Correa. [S. l.]: Edições Paulineas, 1981. 435 p. Disponível em: <https://archive.org/details/PuerAeternusMarieLouiseVonFranz>. Acesso em: 15 jun. 2019.

FOLHA DE S. PAULO. **Quase metade dos usuários do Tinder não são solteiros**. São Paulo, 9 mai. 2015. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2015/05/1626418-quase-metade-dos-usuarios-do-tinder-nao-sao-solteiros-diz-estudo.shtml>. Acesso em: 15 jun. 2019.

GAÚCHA ZH. **Aplicativos estilo Tinder têm cada vez mais usuários, diz pesquisa**. Porto Alegre, 11 fev. 2016. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2016/02/aplicativos-estilo-tinder-tem-cada-vez-mais-usuarios-diz-pesquisa-4973035.html>. Acesso em: 15 jun. 2019.

_____. **Sempre em movimento: para onde vai a boemia de Porto Alegre atrás de diversão e segurança**. Porto Alegre, 15 fev. 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2019/02/sempre-em-movimento-para-onde-vai-a-boemia-de-porto-alegre-atras-de-diversao-e-seguranca-cjs6n68qi01tp01mr0qt5nje9.html>. Acesso em: 15 jun. 2019.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Tradução: Maria Célia Santos Raposo. 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. 218 p. ISBN 85.3260875-2.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guacirs Lopes Louro. 10ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. 104 p. CDD-306.

IORO, Andrea. Entrevista SAMBATECH. **Andrea Iorio, diretor de marketing do Tinder**. 17 out 2018. Disponível em: <https://sambatech.com/video/andrea-iorio-diretor-de-marketing-do-tinder-12/> . Acesso em: abr. 2019.

JUNG, Carl G. Chegando ao inconsciente. In: JUNG, Carl G. et al (org.). **O Homem e seus Símbolos**. 6. ed. Lagoa, RJ: Nova Fronteira, 1985. P. 16-100. Disponível em: <http://conexoesclinicas.com.br/wp-content/uploads/2015/04/jung-c-o-homem-e-seus-simbolos.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2019.

JÚNIOR, Sílvio Augusto; TRINDADE, Eneus. **Análise sobre a Mediação e a Midiatização do Aplicativo Tinder**. Parágrafo: Artigos Livres, [S. l.], v. 2, n. 3, p. 175-183, Jul./Dez 2015. DOI ISSN: 2317-4919. Disponível em: <http://www.revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/280/328>. Acesso em: 1 mai. 2019.

KONFLANZ, Celso. **A moderna tradição gaúcha: Um estudo sociológico sobre o Tradicionalismo Gaúcho**. 2013. Dissertação (Mestre pelo Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul., Porto Alegre, RS, 2013. Disponível em: <http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/4715/1/448318.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2019.

LARSCH, Christopher. **A Cultura do Narcisismo: A Vida Americana numa Era de Esperanças em Declínio**. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1983, p.1 - 54 Disponível em: https://issuu.com/andretangram/docs/a_cultura_do_narcisismo_-_a_vida_am . Acesso em: 15 jun. 2019.

LAWALL, Mara Regina Casotti; SILVA, Roselaine B. Ferreira da. A síndrome do Peter Pan: Um estudo acerca da autonomia masculina. In: SILVA, Roselaine Berenice Ferreira da; AREOSA, Sílvia Virginia Coutinho (org.). **Avaliação psicológica: desafios e possibilidades para a psicologia contemporânea**. 1. ed. Santa Cruz do Sul, RS: Edunisc, 2012. p. 69-79. ISBN 978-85-7578-333-7. Disponível em: [https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/1806/1/Avaliação psicológica.pdf](https://repositorio.unisc.br/jspui/bitstream/11624/1806/1/Avaliação_psicológica.pdf). Acesso em: 15 jun. 2019.

LIMA, Cláudia. **O selfie como expressão de Moda e Narcisismo contemporâneos**. Anais Moda Documenta: Museu, Memória e Design – 2015. São Paulo, 2015.

MACHADO, Amanda Pacheco. **O pequeno príncipe e o pequeno executivo: considerações sobre a infância contemporânea**. Rev. CES Psico, 10(2), p. 116-125. 2017 Acessado em: <http://www.scielo.org.co/pdf/cesp/v10n2/2011-3080-cesp-10-02-00116.pdf>. Acesso em: 15 jun. 2019.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Tradução: Éditions Grasset & Fasquelle. Porto Alegre - Brasil: Artes e Ofícios editora LTDA, 1995. 168 p. ISBN 85-85418443.

MEDEIROS, Margarida. **Fotografia e narcisismo: o auto-retrato contemporâneo**. Lisboa: Assírio & Alvim, 2000.

MEME. Dicionário Cambridge. U.S.A., 15 jun 2019. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/meme>. Acesso em: 15 jun. 2019.

MILLER, D. et al. **How the World Changed Social Media**. London: UCL Press, 2016. Disponível em: <http://discovery.ucl.ac.uk/1474805/1/How-the-World-Changed-Social-Media.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2019.

NASCIMENTO, Méryly Luane Vargas do. **O narcisismo contemporâneo: da barbárie social à tirania íntima**. 2011.147 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – PPI - Universidade Federal de Maringá, Maringá - PR, 2011. Disponível em: http://old.dpi.uem.br/phenix/dissertacoes/PPI-UEM_2011_Merly.pdf. Acesso em: 23 jun. 2019.

OLIVEIRA, Elaine Moura e Silva. **Rap Contestação e Funk Ostentação: Consumo e discursos sonoros na periferia**. 2016. Dissertação (Mestre em Ciências Sociais, Faculdade de Ciências e Letras) - UNESP, Araraquara - SP, 2016. Disponível em: <http://www.fclar.unesp.br/agenda-pos/ciencias-sociais/3793.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2019.

PAYÃO, Felipe. **Google I/O: mais de 1,2 bilhão de fotos são postadas no Google todo dia**. [S. l.], 17 maio 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/google-i-o-2017/116773-google-i-1-2-bilhao-fotos-postadas-google-dia.html>. Acesso em: 7 jun. 2019.

PIPANO, Isaac. Espelhos reflexos, espelhos opacos: selfies e autorrepresentação na era dos smartphones. **Passagens**, Ceará, v. 8, n. 2, 2017. ISSN: 2179 - 9938. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/passagens/article/view/30960>. Acesso em: 7 jun. 2019.

PONTES, Nicole Louise M. T. **Os motivos de tais fotografias: os usos sociais da fotografia para uma leitura sociológica do mal**. Revista de Ciências Sociais: Política & Trabalho, [S. l.], ano 2014, n. 40, ed. 40, p. 257-275, 1 abr. 2014. DOI ISSN 1517-5901. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/index.php/politicaetrabalho/article/viewFile/20155/11172>. Acesso em: 1 mai. 2019.

SANTOS, Lucas Gil Corrêa dos; VIEIRA, Manuela do Corral. **Aplicativos Mobile, Comunicação e Relacionamentos: Construções e Vivências Identitárias em Mídias Geo-localizadoras**. Temática, [S. l.], ano XXI, v. 11, p. 117-132, Novembro 2016. DOI ISSN 1807-8931. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/31530/16399>. Acesso em: 1 mai. 2019.

SEPÚLVEDA, Rita; VIEIRA, Jorge. **A autoapresentação dos portugueses na plataforma de online dating Tinder**. Observatorio (OBS*) Journal, [S. l.], 2017, p. 153-185. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs>. Acesso em: 1 mai. 2019.

SELFIE. Dicionário online Lexico/ Oxford, 15 jun. 2019. Disponível em: <https://www.lexico.com/en/definition/selfie>. Acesso 15 jun. 2019.

SHAKESPEARE, William. **Hamlet**. Tradução de Millôr Fernandes. Porto Alegre: L&PM, 2012. p. 141. pp. 67-8.

SILVA, Wagner Souza e. **Foto 0/Foto 1**. 2010. Tese (Doutorado na Área de Concentração: estudos dos meios e produção Mediática, Escola de Comunicações e Artes) - Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-01122010-094326/pt-br.php>. Acesso em: 8 mai. de 2019.

TAGIAROLI, Guilherme. **Brasil tem 10 milhões de usuários do Tinder: criador explica o sucesso do app**. UOL, São Paulo. 23 abr. 2014. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2014/04/23/brasil-tem-10-milhoes-de-usuarios-do-tinder-criador-explica-sucesso-do-app.htm>. Acesso em: 15 jun. 2019.

TIFENTALE, Alise. **The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “ Virtual Mini-Me”**. Disponível em: https://d25rsf93iwlmgq.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf. Acesso em: 10 jun. 2019.

TINDER. Descrição App Store, 15 jun 2019. Disponível em: <https://apps.apple.com/br/app/tinder/id547702041>. Acesso em: 15 jun. 2019.

_____. Descrição Play Store, 15 jun 2019. Disponível em: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tinder&hl=pt_BR. Acesso em: 15 jun. 2019

_____. Blog do Tinder. **Powering Tinder® – O método que há por trás dos matches**. [S.l.], mar. 2019. Disponível em: <https://blog.gotinder.com/powering-tinder-r-the-method-behind-our-matching/>. Acesso em: 15 jun. 2019.

_____. Descrição LinkedIn. [S.l.], jun. de 2019. Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/tinder-incorporated/about/>. Acesso em: 15 jun. 2019.