

A performance do Eu mercantilizado na estética de O Golpista do Tinder¹

Caroline FOGAÇA²

José Carlos RODRIGUES³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP⁴

RESUMO

Este artigo analisa como o documentário *O Golpista do Tinder* reflete a mercantilização do eu nos aplicativos de relacionamento, utilizando conceitos de cultura do consumo, trabalhado por Isleide Fontenelle (2017), e economia afetiva, por Eva Illouz (2011). Através da direção de arte e *mise-en-scène*, o filme explora a sedução material e emocional com demarcadores simbólicos de classe social. A análise revela a interseção entre consumo, emoção e identidade na era digital.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo; Afetos; Estética; Cinema; Aplicativos de Relacionamento.

Introdução

A dinâmica dos encontros adquiriu formatações próprias nos meios digitais, particularmente nos aplicativos (*apps*) de relacionamento (WARD, 2016). Neste sistema social, a mercantilização do eu aproveita-se das possibilidades oferecidas por estes *apps* para conversão do eu privado em uma representação pública (ILLOUZ, 2011), externalizado e objetificado por meio de meios visuais de representação e linguagem. Este é o cenário apresentado no documentário *O Golpista do Tinder* que, por sua vez, traz um aspecto disfórico de seu uso: a aplicação de golpes financeiros.

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestra e Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PPGCOM ESPM), bolsista PROSUP-CAPES integral, pós-graduada em Semiótica Psicanalítica Clínica da Cultura na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. E-mail: carol.fbarbosa@gmail.com

³ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PPGCOM ESPM); Mestre em Comportamento do Consumidor (MPCC ESPM); Pós-graduado em Storytelling (IADE); Pós-graduado em Neurociência e Psicologia Aplicada (Mackenzie); Pós-graduado em Gestão de Marketing Digital (ESPM); Pós-graduado em e-Business e Tecnologia Internet (UFRJ). E-mail: josecarlos.rodrigues@espm.br

⁴ O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

O documentário retrata a história de Simon Leviev, pseudônimo de Shimon Hayut, um israelense que utilizou o Tinder como ferramenta para perpetrar golpes financeiros em várias mulheres ao redor do mundo. Ele apresentava-se como um magnata dos diamantes, exibindo uma vida de luxo e opulência, fazendo promessas de afeto e segurança financeira para suas vítimas. Com base na confiança estabelecida, Leviev pedia empréstimos financeiros, afirmando estar em situações perigosas que ameaçavam sua vida. O documentário se estrutura em torno dos relatos das vítimas e da análise do *modus operandi* de Leviev, destacando o papel central da imagem e da performance na construção de sua narrativa enganosa.

Este artigo está estruturado em três seções principais, além das considerações finais. Na primeira seção será abordada a relação entre a cultura do consumo e a manipulação emocional. A análise começa com uma discussão sobre o papel da mercantilização do eu nos aplicativos de relacionamento e de economia afetiva, conforme proposto por Eva Illouz (2011), e como as interações nesses espaços são moldadas por dinâmicas de consumo e representação simbólica, seguindo as ideias de Baudrillard (1991) e Fontenelle (2017). Serão discutidos também os símbolos de riqueza e poder utilizados por Leviev para atrair e manipular suas vítimas, e como essas dinâmicas refletem um desejo mais amplo de consumo e excitação, conforme argumentado por Colin Campbell (1987).

Na segunda seção a discussão se volta para a estética do documentário e o papel da direção de arte na criação de uma narrativa emocionalmente envolvente. Com base nas teorias de John Dewey (2010), será analisado como o documentário constrói uma experiência estética tanto para as vítimas quanto para os espectadores, utilizando elementos visuais e performativos para transmitir as emoções e experiências vividas pelas vítimas de Leviev.

Na terceira seção, será apresentada uma relação às ideias de Arquivo e Repertório, desenvolvidas Diana Taylor (2013), destacando a distinção entre arquivo – a documentação visual de riqueza e poder – e repertório – os comportamentos e narrativas pessoais de Leviev. Será analisado como Leviev utiliza ambos os conceitos para construir uma identidade pública falsa e manipular suas vítimas. A interação entre Arquivo e Repertório na direção de arte também será discutida, com elaborações a respeito de como

é feita a articulação entre arquivos visuais e repertórios performáticos de modo a afetar a percepção do espectador e a credibilidade da narrativa de Leviev.

O trabalho visa compreender como a direção de arte e a performance contribuem na representação de uma manipulação emocional e financeira no contexto do documentário. Refletindo, também, sobre como a experiência estética criada pelo documentário destaca questões contemporâneas sobre a cultura de consumo, identidade e relações mediadas pela tecnologia.

Consumo, Simulação e Emoções Mercantilizadas nos *apps* de relacionamento

A cultura de consumo, conforme analisada por Isleide Fontenelle (2017), está intimamente associada à mercantilização dos aspectos mais cotidianos e subjetivos da vida. Isso inclui, de maneira significativa, a transformação das relações humanas e da própria identidade em produtos passíveis de serem consumidos e trocados. Tal fenômeno é especialmente notório no contexto dos aplicativos de relacionamento, que não apenas facilitam a interação entre indivíduos, mas também promovem a mercantilização do sujeito como um produto a ser exibido e avaliado.

Nesse cenário, os aplicativos de relacionamento tornam-se um espaço em que identidades são negociadas e reconfiguradas conforme os imperativos do mercado e da cultura do consumo.

Seja buscando um relacionamento amoroso apaixonado, procurando um cônjuge ou desejando um encontro casual, as pessoas há muito tempo criam maneiras de se apresentarem da forma mais atraente possível para parceiros em potencial. As possibilidades mediadas para se conectar com outras pessoas evoluíram de anúncios em jornais para teletexto, depois para sites de namoro online, e as ofertas mais recentes são aplicativos móveis de *matchmaking*, como o Tinder. (WARD, 2016, tradução nossa)

Essa mercantilização das relações pessoais e da subjetividade, segundo Eva Illouz (2011), faz parte do que ela chama de capitalismo afetivo, no qual os afetos e as emoções são transformados em formas de capital social e cultural. A autora argumenta que o comportamento afetivo dos indivíduos se torna uma ferramenta de valorização social, tanto quanto os atributos físicos e materiais. Deste modo, o capitalismo afetivo

[...] dá margem à ideia de inteligência afetiva e introduz novas formas de classificação e distinção. Ao fazerem da personalidade e dos afetos novas formas de classificação social, os psicólogos não só contribuíram para transformar o

estilo afetivo numa moeda social – um capital –, como também articularam uma nova linguagem de identidade para se apossarem desse capital (ILLOUZ, 2011, p.40).

Nos aplicativos de relacionamento, essa lógica mercantil se manifesta na forma como o indivíduo constrói e apresenta sua identidade pessoal, mais facilmente moldando esta identidade do que em comunicações cara-a-cara (WARD, 2016). O sujeito torna-se um produto a ser consumido e avaliado, em um processo que externaliza aspectos íntimos e pessoais para o espaço público virtual. Essa dinâmica reflete o conceito de mercantilização do eu, proposto por Illouz, segundo o qual a própria subjetividade e as relações interpessoais são moldadas por lógicas mercadológicas.

Nos aplicativos de relacionamento, a identidade pessoal é formatada em termos de atração e valor de troca, onde fotos, descrições e preferências são estrategicamente exibidas para captar o interesse de potenciais parceiros, o que Ward (2016) entende como a construção de uma impressão desejada. Considerando o perfil do indivíduo como bem a ser consumido, tal construção se dá dentro de uma lógica que prioriza o capital simbólico e o valor afetivo dos indivíduos, enquadrando as interações humanas em uma matriz de consumo.

A ideia de Illouz de que a “inteligência afetiva é uma forma de *habitus* que faculta a aquisição de uma forma de capital situada na linha de sutura entre o capital cultural e o social” (2011, p.41) permite compreender a maneira como os indivíduos operam dentro desse sistema. Nos aplicativos de relacionamento, a capacidade de demonstrar emoções de maneira atrativa e estratégica torna-se um diferencial. O capital afetivo atua de forma fundamental para a construção de redes sociais, tanto no sentido de relacionamentos íntimos quanto no desenvolvimento de capital social. Assim, a inteligência afetiva desempenha um papel semelhante ao de outras formas de capital, ao permitir que os indivíduos criem e mantenham conexões que podem se traduzir em vantagens sociais e econômicas. Nos aplicativos, essa dinâmica de capital afetivo é visível na maneira como as pessoas constroem suas identidades para atrair parceiros e aumentar sua rede de interações.

Fontenelle (2017) aponta que o consumo moderno ultrapassa a aquisição de objetos materiais e tangíveis. Ela argumenta que o conceito de cultura de consumo abrange a ressignificação de hábitos, valores e desejos, de modo que as mercadorias adquirem um papel central na construção da subjetividade e na formação de modos de

vida. Nesse contexto, o consumo não se limita à compra de produtos físicos, mas envolve também a assimilação de significados e valores simbólicos atribuídos a esses bens. Nas palavras de Fontenelle (2017, p.17):

[...] consumir mercadorias não é o mesmo que consumir um objeto que não tenha por finalidade um valor de troca econômico. Por isso, defino cultura do consumo como uma cultura impregnada da forma-mercadoria e que, por isso, tornou-se um modo de vida que foi ressignificando os usos dos objetos, assim como os hábitos, valores, desejos, paixões e ilusões de uma época.

A apresentação da subjetividade nas redes sociais e aplicativos de relacionamento reflete um esforço contínuo de adaptação às expectativas de consumo. Como Illouz sugere, “os afetos são o próprio material de que são feitas e pelo qual são transformadas as interações sociais” (2011, p.41), e no ambiente dos aplicativos, as emoções e a subjetividade pessoal tornam-se ativos valiosos, formatados e negociados como parte da experiência de consumo afetivo. Assim, a própria subjetividade e as relações interpessoais são moldadas por lógicas mercadológicas.

Ainda sob a perspectiva de Fontenelle (2017), a cultura do consumo é marcada pelo controle simbólico exercido sobre os bens e produtos que circulam no mercado. Esse controle se estende à maneira como as identidades são construídas e apresentadas em espaços como os aplicativos de relacionamento. A autora define “o que especifica a cultura do consumo é o exercício do controle sobre a determinação simbólica ou cultural desses produtos ou bens” (Lee, 1993 apud FONTENELLE, 2017, p. 17). Nesse sentido, os indivíduos nos aplicativos de relacionamento não apenas se apresentam como mercadorias visuais, mas também moldam suas identidades de acordo com expectativas culturais e sociais.

O produto oferecido, ou seja, a pessoa, é consumido em termos de seus atributos simbólicos, como status, beleza ou estilo de vida, que transcendem a simples aparência física e envolvem uma negociação complexa de significados. A construção do perfil representa “o primeiro e principal meio de expressar a si mesmo durante as fases iniciais de uma correspondência e, portanto, pode fechar ou criar oportunidades de relacionamento” (Ellison et al., 2006, p. 423, *apud* WARD, 2016).

A partir da análise de Fontenelle sobre a cultura de consumo e a mercantilização do eu, é possível expandir essa discussão à luz das ideias de Colin Campbell em *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno* (2001). A obra explora como o desejo e a imaginação, elementos centrais da ética romântica, se tornam forças propulsoras do

consumismo moderno. Para Campbell, o consumo contemporâneo não é apenas uma busca por satisfação material, mas também por experiências emocionais e estéticas. Esse desejo de novidade e excitação, inerente ao espírito romântico, é constantemente renovado pelo consumo, onde os objetos e bens funcionam como veículos de promessas de satisfação emocional e experiências excepcionais.

No contexto dos aplicativos de relacionamento, essa busca incessante pelo extraordinário se manifesta na forma como os indivíduos constroem e consomem identidades e experiências idealizadas. Essa lógica é identificável no comportamento de Simon Leviev quando manipula o desejo de suas vítimas por experiências extraordinárias, utilizando símbolos de riqueza e poder para projetar uma narrativa que atende à fantasia romântica de luxo, aventura e exclusividade. O protagonista encarna o tipo de indivíduo que Campbell (2001) descreve: alguém que explora o anseio romântico por sensações e experiências excepcionais, alimentando a imaginação das vítimas com promessas de um estilo de vida raro e deslumbrante. A construção dessa fantasia e a expectativa de que a realização emocional está atrelada ao consumo de experiências opulentas criam uma dinâmica de engano que se apoia justamente na excitação imaginativa promovida pelo consumo moderno.

Além disso, essa manipulação não se dá apenas em termos de controle sobre os desejos, mas também através de uma distorção das fronteiras entre o real e o simbólico, como sugerido por Jean Baudrillard em *Simulacros e Simulações* (1991). Para Baudrillard, na era contemporânea, o real é substituído por representações que se tornam mais reais do que a própria realidade – os simulacros.

No documentário, Leviev constrói um simulacro de si mesmo, baseado em imagens cuidadosamente fabricadas e símbolos de luxo. Ele cria uma realidade paralela na qual seu estilo de vida fictício parece mais real do que sua verdadeira identidade. As imagens de jatos particulares, hotéis cinco estrelas e encontros luxuosos que ele exhibe nas redes sociais e aplicativos de relacionamento são simulacros que ocultam a falsidade de sua vida real, enganando suas vítimas e perpetuando o mito de sua opulência.

Enquanto Campbell (2001) ressalta o papel da fantasia e da imaginação no consumo moderno, Baudrillard (1991) expande essa discussão ao mostrar como o consumo, em sua fase contemporânea, opera predominantemente no campo da simulação. A performance de Leviev, mediada pelos aplicativos de relacionamento e redes sociais,

encarna esses conceitos, oferecendo às vítimas não uma relação genuína, mas uma experiência simulada e intensamente mercantilizada.

No filme, tais conceitos se manifestam tanto na estrutura narrativa como na montagem das cenas e ritmo da história, conforme os preceitos de Bordwell e Thompson (2013). Eles podem, inicialmente, ser analisados sob a ótica do consumo contemporâneo à medida que deixam de ser uma prática econômica para se tornarem, segundo Fontenelle (2017), uma força cultural e social que molda identidades e relações humanas. Dado que a sedução exercida por Simon Leviev não depende apenas de suas falas e ações, mas também é performada materialmente em seus jatos privados, hotéis cinco estrelas e roupas de grife. Estes atributos atuam como marcadores de prestígio financeiro estabelecidos culturalmente, usados para capturar a atenção e a confiança de suas vítimas.

Arte, experiência representada e imediata: A Estética da Enganação

Para John Dewey (2010), a experiência estética se caracteriza por um senso de continuidade, integração e envolvimento emocional e intelectual. Argumenta que essa experiência não é passiva, mas resulta de uma interação ativa entre o indivíduo e o ambiente, sendo moldada pelas condições e contextos em que a obra é apresentada. Como abordou Abraham Kaplan (2010, p.10) na introdução do livro de Dewey (2010) “a arte é um *locus* paradigmático dos valores, e a criação e o prazer advindo da arte são o protótipo dos objetivos dignos da condição humana.” Essa perspectiva pode ser aplicada ao documentário, onde a narrativa não apenas retrata as experiências das vítimas, mas a direção de arte também engaja os espectadores de maneira intensa e complexa.

No documentário, as vítimas do golpista não vivenciam suas experiências de forma isolada, elas são influenciadas por uma rede de interações sociais, emocionais e culturais, que intensificam o impacto do engano. A estética do filme – incluindo a montagem, a música, e a forma como os relatos são apresentados – contribui para criar uma experiência estética para os espectadores, retratando, de certa maneira, a experiência dos entrevistados. O espectador, assim como acontece com as vítimas, é direcionado emocionalmente a vivenciar sentimentos como empatia, revolta e perplexidade, refletindo a ideia de Dewey (2010) de que a experiência estética é uma construção dinâmica e que promove envolvimento.

Essa construção não apenas envolve os eventos factuais, mas também os elementos de suspense e surpresa que permeiam a narrativa, ampliando a dimensão estética e emocional da obra. A maneira como os espectadores se conectam com a história, sentindo a tensão e o drama dos eventos, ilustra como as experiências estéticas podem ser consideravelmente influenciadas pelo contexto e pelas expectativas. Dessa forma, o documentário não apenas informa, mas também provoca uma experiência estética que ressoa com a teoria de Dewey (2010) sobre a arte como uma experiência vivida e integrada.

Para Dewey (2010, p.125) a arte é “o desenvolvimento esclarecido e intensificado de traços que pertencem a toda experiência normalmente completa”, sendo esta a “única base segura sobre a qual se pode erigir a teoria estética”. Assim, a ideia de que o golpista construiu uma realidade fictícia para as vítimas, integrando elementos de luxo, romance e aventura, também pode ser vista como uma forma de obra de arte, embora distorcida. A manipulação emocional e intelectual que ele impôs às vítimas se assemelha a uma espécie de narrativa ficcional cuidadosamente elaborada. Uma obra orquestrada que, embora moralmente condenável, demonstra um elaborado domínio sobre as emoções e percepções de suas vítimas. Tal domínio esclarecido e intensificado compreende o pensamento de Dewey sobre a arte, pois a experiência das vítimas foi moldada por elementos emocionais e contextuais que as elas inicialmente não conseguiram identificar como falsos.

Para as vítimas, essa experiência não é apenas o resultado de uma interação momentânea, mas de uma narrativa que se desenvolve ao longo do tempo, com uma profundidade emocional que intensifica o impacto do engano. O golpista não apenas explora suas vulnerabilidades emocionais, mas também constrói uma realidade fictícia que integra elementos de luxo, romance e aventura, criando uma espécie de obra que pode ser considerada uma experiência estética cuidadosamente elaborada. A continuidade e o envolvimento intelectual e emocional que Dewey (2010) descreve estão presentes na experiência das vítimas, que passam por um processo de desilusão e reconstrução emocional ao longo do documentário.

Além disso, o processo pelo qual as vítimas recontam suas histórias no documentário também pode ser visto como uma forma de reorganização estética de suas experiências. Elas estão, à sua maneira – juntamente da direção artística –, reconstruindo

e reinterpretando as experiências por meio da narrativa, transformando o trauma vivido em uma nova forma de entendimento e expressão. Esse ato de contar e revisitar suas histórias se alinha à noção de Dewey (2010) de que a experiência estética é ativa e contínua, mesmo após o evento inicial, pois envolve uma reavaliação constante das condições e emoções que a compõem.

No documentário, são apresentadas duas experiências estéticas principais: a experiência representada, vivida exclusivamente pelas vítimas; e a experiência imediata, que é vivenciada pelos espectadores ao assistir à obra. A primeira, restrita à interação direta das vítimas com o golpista, é circunscrita pelos relatos e registros documentais. Já a segunda é a experiência que ocorre quando o espectador entra em contato com a obra, mediada por recursos estéticos e cinematográficos, como a direção de arte e a montagem. Ambas as experiências estão intimamente interligadas e orquestradas para criar um impacto emocional e intelectual tanto para as vítimas quanto para os espectadores. A experiência representada, acessível somente às vítimas, é retratada no documentário através de uma série de relatos, registros e recursos estéticos.

Apesar do espectador não ter acesso direto a essa vivência, a forma como a narrativa é apresentada recria a profundidade emocional da experiência das vítimas. Nesse sentido, a arte da direção, com o uso de montagens, trilhas sonoras e edição, permite ao espectador uma aproximação à experiência original, embora esta seja mediada por uma nova estética audiovisual. A estética do documentário, portanto, não apenas informa, mas também provoca uma experiência emocional, alinhando-se com a ideia de Dewey de que a arte é um fenômeno experiencial contínuo.

Arquivo e Repertório: A Manipulação da Identidade e da Memória Cultural

No contexto do documentário, os conceitos de arquivo e repertório, conforme apresentados por Diana Taylor em *O Arquivo e o Repertório: performance e memória cultural nas Américas* (2013), ajudam a compreender a estratégia de manipulação utilizada por Leviev. Através da combinação de recursos visuais e performáticos, o golpista constrói uma identidade que é tanto estática quanto dinâmica, utilizando símbolos de poder e riqueza que são profundamente enraizados na cultura de consumo contemporânea.

O uso dos símbolos ostentatórios exibidos online por Leviev, servem como um arquivo visual, uma forma fixa e selecionada de documentação. Como Taylor (2013, p.49) argumenta, “o que torna um objeto arquivado é o processo pelo qual é selecionado para análise”. Da mesma forma que Leviev, ao fazer uma curadoria cuidadosa das imagens que deseja apresentar ao público, cria uma narrativa de sucesso e opulência. Essas imagens, que representam um estilo de vida desejável, funcionam como uma prova documental de sua falsa identidade. No entanto, essa documentação não existe fora do contexto social em que é consumida; ela depende de uma sociedade de consumo que valoriza e associa esses símbolos ao sucesso pessoal. Assim, o arquivo que Leviev cria só adquire seu significado dentro da estrutura da cultura de consumo, pois os bens materiais que ele exibe estão diretamente associados ao poder e ao prestígio na percepção coletiva.

Diana Taylor ressalta que “a memória arquivada trabalha à distância, acima do tempo e do espaço” (2013, p.49), e no caso de Leviev, essa memória arquivada, representada pelas suas fotos e vídeos, se apresenta como uma evidência duradoura e inquestionável de seu suposto status. Esses artefatos arquivados reforçam uma narrativa estática, que ele pode controlar e apresentar ao público em suas redes sociais, independentemente das interações físicas. Contudo, como Taylor propõe, o arquivo não é neutro; ele sustenta e perpetua uma forma de poder, estabelecendo a narrativa que o golpista quer transmitir. Ao construir essa identidade arquivada, Leviev está desempenhando um papel ativo na criação e manutenção de sua falsa autoridade, manipulando como as pessoas o percebem.

Enquanto o arquivo constrói uma identidade visual fixa, o repertório de Leviev — ou seja, suas ações em interações imediatas — acrescenta uma dimensão dinâmica e performática à sua manipulação. Os comportamentos, gestos e histórias que ele conta durante os encontros físicos são formas de performance vivida no aqui e agora, que se desdobram no tempo e no espaço, de acordo com a definição de Taylor. Segundo a autora, o repertório “requer presença – pessoas participam da produção e da reprodução do conhecimento ao ‘estar lá’” (2013, p.50). Leviev, ao interagir diretamente com suas vítimas, utiliza elementos do repertório para reforçar a imagem de perigo e urgência, persuadindo as vítimas a acreditar em sua necessidade de dinheiro. Essa manipulação

performática não é apenas convincente, mas também molda a memória cultural compartilhada que se constrói a partir dessas interações.

O repertório, ao contrário do arquivo, é fluido e adaptável. Leviev ajusta sua performance com base nas reações de suas vítimas, explorando suas vulnerabilidades emocionais e expectativas culturais. Taylor argumenta que “a performance e a estética da vida cotidiana variam de comunidade para comunidade, refletindo a especificidade cultural e histórica existente tanto na encenação quanto na recepção” (2013, p.27). No caso de Leviev, sua performance é adaptada ao contexto cultural específico de suas vítimas, utilizando símbolos de riqueza e poder que ressoam dentro da cultura de consumo em que estão inseridas. Através dessa manipulação, Leviev não apenas representa uma identidade, mas efetivamente cria uma realidade para suas vítimas, moldando suas percepções e, conseqüentemente, suas decisões.

Leviev também utiliza o repertório cultural de suas vítimas, manipulando suas expectativas e desejos estéticos e afetivos. Ele constrói uma narrativa baseada em histórias de perigo e aventura, utilizando os símbolos de riqueza e prestígio para seduzir suas vítimas e convencê-las de sua veracidade. Nesse processo, ele explora o que Taylor chama de “memória incorporada” (2013, p.50), ou seja, a maneira como as pessoas internalizam experiências e reagem a performances. As vítimas, ao serem expostas repetidamente a esses elementos performáticos, internalizam a narrativa falsa de Leviev como uma verdade, sendo convencidas a participar da sua manipulação.

A performance de Leviev vai além de uma simples encenação de riqueza; ela envolve uma manipulação estética-afetiva, na qual as emoções e reações das vítimas são cuidadosamente calculadas e exploradas. O golpista constrói uma relação de confiança com suas vítimas, não apenas pela exibição de símbolos de luxo, mas pela maneira como performa seu papel de vítima de circunstâncias perigosas e urgentes. Ele cria uma memória cultural compartilhada com suas vítimas, na qual a sua identidade fabricada é percebida como verdadeira, o que lhes permite agir de acordo com as expectativas manipuladas. Nesse sentido, a performance de Leviev não apenas representa uma identidade falsa, mas também cria uma realidade para suas vítimas, baseada em uma estética de desejo e ilusão.

Dessa forma, a distinção entre arquivo e repertório, conforme proposta por Taylor, revela como Leviev utiliza tanto elementos fixos quanto performáticos para construir e

manipular suas vítimas. O arquivo visual, constituído pelas fotos e vídeos de luxo, estabelece a base de sua identidade pública, enquanto o repertório performático, expresso em seus encontros pessoais, reforça e solidifica essa identidade através da experiência vivida. A combinação desses dois elementos cria uma estratégia de manipulação eficaz, que explora as expectativas culturais e emocionais de suas vítimas, moldando suas percepções e, em última análise, suas memórias.

Ao integrar essas duas formas de memória — o arquivo e o repertório — Leviev exemplifica como a performance pode ser utilizada não apenas para representar, mas para criar e manipular a cultura. Conforme Taylor observa, a performance é uma forma poderosa de transmissão cultural, e no caso de Leviev, ela é utilizada de forma predatória, explorando vulnerabilidades emocionais e culturais. Ao fazer isso, ele não apenas engana suas vítimas, mas também cria uma narrativa compartilhada que perpetua o poder e a ilusão que ele construiu.

Considerações Finais

O artigo propõe uma reflexão sobre a maneira como o documentário *O Golpista do Tinder* explora e expõe questões complexas relacionadas à cultura de consumo, mercantilização do eu e manipulação emocional no contexto dos aplicativos de relacionamento.

Através de uma análise fundamentada em conceitos de filósofos e teóricos da estética, performance e cultura, é possível compreender como esses fenômenos são retratados e como eles repercutem na experiência tanto das vítimas quanto dos espectadores. A construção narrativa do documentário, aliada ao uso estratégico de símbolos de riqueza e poder, torna possível a observação dos modos como se dão as relações humanas e como são moduladas e mercantilizadas na contemporaneidade.

A ideia de mercantilização do eu, conforme proposta por Eva Illouz (2011), se materializa no documentário através da manipulação emocional e social perpetrada pelo protagonista. Nos aplicativos de relacionamento, os indivíduos constroem uma imagem pública otimizada de si mesmos, convertendo sua subjetividade em uma mercadoria pronta para o consumo. Leviev intensifica essa prática ao transformar sua identidade em um simulacro de sucesso e opulência, criando uma ilusão sustentada por símbolos de prestígio social como jatos particulares, hotéis de luxo e roupas de grife. Esses elementos

não são apenas acessórios visuais, mas fazem parte de uma narrativa cuidadosamente elaborada que visa explorar as expectativas afetivas e culturais das vítimas. Através da exibição desses símbolos de status, o golpista manipula o capital afetivo, transformando emoções em uma forma de capital social e cultural.

A análise do documentário, baseada na experiência estética, revela como a obra constrói uma experiência sensorial que conecta as emoções das vítimas com as percepções dos espectadores. A experiência estética não se limita à visualização passiva dos eventos, mas envolve uma interação contínua entre o público e a narrativa, conforme proposto por John Dewey (2010). A direção de arte e a montagem criam um ambiente emocional imersivo, onde o espectador é convidado a vivenciar o drama e a tensão experimentados pelas vítimas de Leviev. Essa dinâmica estética, fundamentada em elementos visuais e auditivos deliberadamente selecionados, permite que o público acesse, mesmo que parcialmente, algo da experiência emocional das vítimas. Assim, o documentário não apenas informa, mas também cria uma interação complexa que ressoa com a teoria de Dewey sobre a arte como uma experiência integrada e vivida.

Segundo Diana Taylor (2013), o arquivo se refere a elementos fixos, como fotos e vídeos, enquanto o repertório diz respeito à performance viva, às ações realizadas em interação com os outros. No caso de Leviev, ele manipula tanto o arquivo quanto o repertório. Suas fotos de luxo, vídeos e postagens nas redes sociais atuam como um arquivo visual que sustenta sua narrativa pública de sucesso. Simultaneamente, em suas interações, ele utiliza o repertório — comportamento, gestos e falas — para reforçar a imagem de perigo e urgência que justifica seus pedidos de dinheiro. Essa combinação de arquivo e repertório é essencial para a eficácia da manipulação, pois permite que Leviev crie uma realidade para suas vítimas, moldando suas percepções e memórias. Ao manipular tanto o que é visto quanto o que é vivido, o golpista estabelece uma narrativa convincente que explora as expectativas e vulnerabilidades emocionais de suas vítimas.

O conceito de simulacro, conforme proposto por Jean Baudrillard (1991), ajuda a compreender essa dinâmica da construção estética cuidadosamente planejada. O autor argumenta que, na sociedade contemporânea, o real é substituído por representações que se tornam mais reais que a própria realidade. O golpista constrói um simulacro de si mesmo, utilizando símbolos de riqueza que, na realidade, não possui, mas que servem para enganar e manipular suas vítimas. As imagens de contextos luxuosos não

representam sua verdadeira vida, mas criam uma ilusão que perpetua a falsa ideia de que ele é um magnata dos diamantes.

Nesse sentido, o documentário reflete a ideia de Baudrillard de que, na era dos simulacros, o consumo não é mais de objetos reais, mas de símbolos e signos que constroem realidades próprias. Leviev, ao se apropriar desses símbolos, fabrica uma narrativa que transcende a verdade e manipula as percepções de suas vítimas.

Assim, a partir da obra é possível observar como a mercantilização do eu se manifesta nos contextos digitais contemporâneos, destacando como a identidade e as relações interpessoais são moldadas pelas lógicas de consumo. Por meio da exploração das teorias de cultura do consumo, economia afetiva e representação simbólica, fica evidente que Simon Leviev utiliza símbolos de riqueza e poder para manipular as emoções e expectativas de suas vítimas, transformando as interações afetivas em mercadorias.

A direção de arte do documentário, em sua construção, permite ao espectador acessar parcialmente a experiência imediata das vítimas, refletido no consumo da estética do documentário. O filme expõe não só a fragilidade das relações na era digital, mas também os limites entre realidade e performance, demonstrando como a estética, a performance e o consumo podem atuar como instrumentos de manipulação na era contemporânea.

REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **A arte do cinema: uma introdução.**; tradução: Roberta Gregoli - Campinas, SP: Editora da Unicamp; São Paulo - SP: Editora da USP, 2013
- CAMPBELL, Colin. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- COHEN, A. **The Cyber Predators**. Cambridge: Cambridge University Press, 2024.
- DEWEY, John. **Arte como Experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- FONTENELLE, I. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Ed. FGV, Rio, 2017
- ILLOUZ, Eva. **O amor nos tempos do capitalismo**. Zahar, 2011.

O GOLPISTA do Tinder. Direção: Felicity Morris. Produção: Felicity Morris, Bernadette Higgins, Bart Layton. Reino Unido: 2022. 1 vídeo (114 min). Disponível em: Netflix.

TAYLOR, Diana. **O arquivo e o repertório: performance e memória cultural nas Américas.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

WARD, Janelle. **What are you doing on Tinder? Impression management on a matchmaking mobile app.** Information, Communication & Society, 2016.