

UFSM

Dissertação de Mestrado

**DE HOMEM PARA HOMEM:
UMA ANÁLISE DO GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO PESSOAL ELETRÔNICO**

Leandro Lemes do Prado

PPLG

Santa Maria, RS, Brasil

2002

**DE HOMEM PARA HOMEM:
UMA ANÁLISE DO GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO PESSOAL ELETRÔNICO**

por
Leandro Lemes do Prado

Dissertação de Mestrado apresentada ao Curso de Mestrado em Letras,
Área de Concentração em Estudos Lingüísticos, da
Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS)
como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Letras.

CML

Santa Maria, RS, Brasil

2002

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Artes e Letras
Curso de Mestrado em Letras**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Dissertação de Mestrado

**DE HOMEM PARA HOMEM:
UMA ANÁLISE DO GÊNERO TEXTUAL ANÚNCIO PESSOAL ELETRÔNICO**

elaborada por
Leandro Lemes do Prado

como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Letras

Comissão Examinadora:

Désirée Motta-Roth
(Presidente/Orientadora)

Viviane Maria Heberle
(1ª argüidora)

Vera Lúcia Xavier dos Santos
(2ª argüidora)

Santa Maria, agosto de 2002.

Este trabalho é dedicado a minha mãe,
Maria de Lourdes Lemes do Prado, meu porto seguro,
quem tem passado sua vida a incentivar meus sonhos,
fazendo das minhas conquistas as suas.

AGRADECIMENTOS

A essa força que rege o universo e atribui um certo sentido às coisas, que minha fé chama de Deus.

A minha orientadora Prof^a. Dr.^a Désirée Motta-Roth, por ser peça fundamental em minha construção como profissional e ser humano. Uma mulher que serve de referência pelo brilhantismo como professora, educadora, pesquisadora e pelo carinho, paciência e atenção dispensados para com os seus orientandos.

A Loeci Paim de Oliveira Procati, pelo carinho, pelo crédito e pela oportunidade de trabalhar com crianças carentes, o pontapé inicial da minha trajetória como professor.

Ao meu pai, Adão Benigue do Prado, que partiu para outro plano quando eu tinha apenas oito anos, mas cujo trabalho deixou meios que garantiram meus estudos e, de certa forma, minha chegada até aqui.

A Tê, irmã que a vida me deu, que tem acompanhado minha trajetória profissional (e pessoal) compartilhando segredos, questionando posturas e, especialmente nesses últimos tempos, ouvindo minhas lamentações.

A Roséli e Luciana, minhas colegas de jornada que, ao longo desse tempo, se tornaram, na alegria e na tristeza, parceiras, cúmplices, críticas, inesquecíveis, eternas... ou simplesmente, amigas.

Ao LabLeR, ou melhor, Lab'LAR', por contar parte da minha história e ter me revelado pessoas tão caras e preciosas como: Val, Suzi, Rôcki, Flávia, Graci, Fê, Najara, Fabi, Vanessa e Paty entre outros.

A mais nova aquisição do meu afeto, Karina Giacomelli, pelo carinho, pela elegância nas aulas e pelos momentos de descontração regados ao melhor vinho branco.

Aos amigos e familiares que compreenderam e respeitaram o afastamento, a ausência, o silêncio desses dois anos e meio dedicados a este trabalho.

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	08
LISTA DE ANEXOS	09
RESUMO	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO	12
1.1 Objetivo do estudo	15
1.1.1 Objetivo Geral	15
1.1.2 Objetivos Específicos	15
1.2 Organização do trabalho.....	16
CAPÍTULO 2 – REVISÃO DA LITERATURA	17
2.1 Linguagem texto e contexto.....	17
2.2 Configuração Contextual e Potencial Estrutural Genérico: noções para a compreensão de gêneros discursivos.....	21
2.3 Discurso e identidade no gênero AP.....	24
2.3.1 Identidade.....	27
2.4 Anúncios Pessoais: gênero, discurso e commodificação.....	31
2.4.1 Discurso de commodificação: pessoas como produto de consumo.....	40
2.5 Pesquisas sobre gêneros textuais: o papel do léxico na representação social.....	42
CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA	49
3.1 Procedimentos.....	49
3.2 Delimitação do universo de análise.....	50
3.2.1 A publicação de Anúncios Pessoais em One-and-only.....	50
3.3 Definição do corpus.....	53
3.3.1 O lugar.....	53
3.3.2 O número de palavras.....	54
3.4 Coleta e análise dos dados.....	55
CAPÍTULO 4 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	59
4.1 Informações extra-textuais: o formulário online.....	59
4.1.1 Idade.....	61
4.1.2 Atributos físicos e pessoais.....	62
4.2 Configuração Contextual do Gênero.....	63
4.3 Potencial Estrutural Genérico (GSP)	64
4.3.1 Anunciante.....	67
4.3.1.1 As escolhas lexicais para o Anunciante.....	72
4.3.1.2 Cinema, viagens, música e amigos: o que gostam e pelo que se interessam os Anunciantes.....	78

4.3.1.3As características do produto: aspectos de comodificação.....	81
4.3.2 Busca.....	85
4.3.3 Objetivo.....	87
4.3.4 Alvo.....	89
4.3.4.1 As escolhas lexicais para o Alvo	92
4.3.5 Comentário: uma característica do meio eletrônico.....	97
4.3.6 Referência.....	100
4.4 O perfil dos Anunciantes no meio eletrônico: o Objetivo do AP evidenciando o tipo de relação.....	101
4.4.1 Perfil 1: Cautelosos.....	103
4.4.2 Perfil 2: Misteriosos.....	105
4.4.3 Perfil 3: Românticos Explícitos.....	106
4.4.4 Perfil 4: Românticos Implícitos.....	108
4.4.5 Perfil 5: Ousados.....	110
4.5 Considerações finais.....	112
CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS	116
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	119
ANEXOS 1	123
ANEXOS 2	141
ANEXOS 3	143

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 – Resumo das variáveis do contexto na pesquisa de Coupland (1996).....	36
TABELA 02 – Número de textos por grupo de palavras.....	54
TABELA 03 – As variáveis do contexto em APs impressos e eletrônico.....	56
TABELA 04 – Faixa etária.....	61
TABELA 05 – Passos do movimento Anunciante.....	68
TABELA 06 – Escolhas lexicais mais freqüentes do Anunciante.....	75
TABELA 07 – Escolhas lexicais para gostos e interesses.....	80
TABELA 08 – Escolhas lexicais para o Alvo.....	94
TABELA 09 – Relação entre Objetivos determinados por Coupland(1996) e perfis determinados para os APs eletrônicos.....	103
TABELA 10 – Cautelosos.....	104
TABELA 11 – Misteriosos.....	106
TABELA 12 – Românticos explícitos.....	107
TABELA 13 – Românticos implícitos.....	109
TABELA 14 – Ousados.....	111

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 01 – Anúncios Pessoais eletrônicos.....	123
ANEXO 02 – Escolhas lexicais com uma ocorrência por texto para o Anunciante.....	141
ANEXO 03 – Escolhas lexicais com uma ocorrência por texto para o Alvo.....	143

**Universidade Federal de Santa Maria
Curso de Pós-Graduação em Letras
Dissertação de Mestrado em Letras – Estudos Linguísticos**

RESUMO

**DE HOMEM PARA HOMEM: UMA ANÁLISE DO GÊNERO TEXTUAL
ANÚNCIO PESSOAL ELETRÔNICO**

Autor: Leandro Lemes do Prado
Orientadora: Désirée Motta-Roth

As investigações sobre o gênero textual Anúncio Pessoal apontam que este é uma forma de interação mediada pela linguagem encontrado desde o século XVIII na Inglaterra e que ocupa o status de gênero de cultura popular cujo conteúdo é tanto de oferta e, essencialmente, de procura (Shalom, 1997:186). Nesses termos, pode-se dizer que Anúncios Pessoais são os produtos textuais de um discurso de comodificação em que os indivíduos constroem identidades para si e para os outros estabelecendo novos relacionamentos (Coupland, 1996:187-8). Moita Lopes (1998b:67) destaca que a identidade é construída a partir da interação entre os indivíduos através do discurso. Coupland (Idem:193) investigou o gênero Anúncio Pessoal impresso produzido por homens e mulheres heterossexuais e observou que este gênero apresenta seis movimentos retóricos básicos: Anunciante, Busca, Objetivo, Alvo, Comentário, e Referência. Este trabalho apresenta uma análise do gênero Anúncio Pessoal produzido por homossexuais masculinos e divulgado no meio eletrônico. Para verificar em que medida as categorias estabelecidas para anúncios heterossexuais impressos permanecem estáveis ou variam, primeiramente, fiz uma análise dos movimentos retóricos do gênero, uma vez que as variáveis do contexto mudam em função da mudança do meio e dos participantes do gênero. Em seguida, o foco foi sobre as marcas linguístico-discursivas usadas pelos Anunciantes para se promover e para representar a si e aos outros. Os resultados evidenciam uma manutenção dos movimentos estabelecidos por Coupland com algumas variações na configuração de cada um desses movimentos e a identificação de cinco perfis dos Anunciantes a partir dos objetivos de seus textos. O Comentário é o movimento que destaca a diferença entre a publicação no meio impresso e no meio eletrônico; e a aparência física dos Anunciantes é a característica mais enfatizada anúncios analisados. Nesse sentido, é importante que mais pesquisas investiguem as práticas discursivas no meio eletrônico e a construção da identidade através da linguagem.

**Federal University of Santa Maria
Post-Graduation on Language Course
Master Thesis on Language – Linguistic Studies**

ABSTRACT

**FROM MAN TO MAN: AN ANALYSIS OF THE TEXTUAL GENRE
ELECTRONIC PERSONAL AD**

Author: Leandro Lemes do Prado

Advisor: Désirée Motta-Roth

The investigation on the textual genre personal ad has pointed out that it is a type of interaction mediated by language found since the 18th century in England and it has the status of popular-culture genres whose content thus makes an offer and, essentially, seeks (Shalom, 1997:186). Based on it, it is possible to say that personal ads are textual products of a commodified discourse in which individuals construct identities for themselves and others developing new relationships (Coupland, 1996:187-8). Moita Lopes (1998) claims that identity is constructed from the interaction between individuals through discourse. Coupland investigated printed personal ads of heterosexual men and women and observed six basic rhetorical moves: Advertiser, Seeks, Goal, Target, Comment and Reference. This study presents an analysis of personal ads written by homosexual men and published in the electronic medium. In order to identify the maintenance or variation of the categories established by Coupland, I first carried out an analysis of the organizational pattern of the genre, once the features of context changed because of the change of participants and medium. Then, the focus was on the linguistic-discursive marks used by advertisers to self-advertise and construct representations for themselves and others. The results show a maintenance of the moves established by Coupland (1996) with some variations on the configuration of each one, and the identification of five profiles of advertisers according to the purposes of their ads. Comment is the move that highlights the difference between electronic and printed mediums, and the advertiser's physical appearance is the most emphasized feature in the ads analyzed. In this sense, it is important to investigate the discursive practices in the electronic medium and the construction of identities through language.

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

Início este texto com as palavras de Bakhtin (2000:329-30) sobre a investigação na área de linguagem: “onde não há texto (oral ou escrito), também não há objeto de estudo e de pensamento. Quaisquer que sejam os objetivos de um estudo, o ponto de partida só pode ser o texto”. Seguindo esta proposição, o presente trabalho é resultado da investigação do texto que constitui o gênero Anúncio Pessoal.

Bakhtin (Idem:331) disse ainda: “por trás de todo texto se encontra o sistema da língua”. Nesse sentido, o estudo do texto proporciona o estudo da língua. Almeida Filho (1993:11) afirma que “aprender uma nova língua na escola é uma experiência educacional que se realiza para e pelo aprendiz/aluno como reflexo de valores específicos do grupo social e/ou étnico que mantém essa escola”. Logo, professores de língua inglesa devem buscar melhorar sua prática através de uma investigação que possibilite a discussão sobre esses valores.

Motta-Roth (1998a:07) destaca que “todo texto é produzido a partir de uma determinada perspectiva no contexto social, de modo que represente uma declaração de pontos de vista sobre o mundo, uma veiculação de como o mundo funciona”. Assim, o estudo sobre o texto evidencia a forma como o mundo se organiza sob determinados pontos de vista. Portanto, como diz Moita Lopes (1996a:43), “todas as disciplinas devem colaborar para fazer o educando chegar mais perto de si mesmo, isto é, entender melhor o seu papel político, social e histórico”.

Descrever a linguagem dentro do contexto em que ela é usada se constitui em uma análise social da linguagem (Meurer, 1999:129) e tal análise parece pertinente para a pesquisa sobre a linguagem. A investigação sobre a produção e compreensão de textos, orais ou escritos pode contribuir para o desenvolvimento de competências de uso de um número sempre crescente de gêneros textuais (Idem:133).

O uso da linguagem possibilita a divulgação de informações e a sociedade contemporânea conta com uma ampla variedade de formas para tanto. Dentre elas, pode-se observar os Anúncios de Compra e Venda de produtos, que são uma forma de interação amplamente utilizada pelas pessoas, encontradas em diversas fontes, tais como jornais, revistas, Internet. Há ainda, os Anúncios Pessoais (*Dating Advertisement* ou *Personal Ad*), que são um tipo de interação semelhante à compra e venda, exceto pelo fato de que o produto em questão são pessoas e as relações entre elas.

Assim, este trabalho se insere na linha de pesquisa Análise de Gêneros Discursivos dentro do Grupo de Pesquisa (GRPesq/CNPQ) Linguagem como Prática Social, cujos estudos investigam a linguagem materializada em diferentes eventos comunicativos. A escolha pelo gênero AP é resultado de discussões de orientação nas quais dois aspectos foram considerados: 1) meu possível interesse pessoal no estudo desse gênero e 2) a aplicação desse gênero para o ensino de línguas.

A partir desse ponto, a busca por material de referência apontou duas pesquisas (Coupland¹, 1996; Shalom, 1997) sobre o gênero AP impresso. Tais pesquisas despertaram nosso interesse em investigar o gênero no meio eletrônico a fim de observar como se estruturam esses textos em outro meio de divulgação. Nesse sentido, concluímos que seria interessante estudar APs eletrônicos por eles serem um evento de uso da linguagem que podem ser encontrados em revistas e jornais da Internet, bem como em *sites* específicos para esse tipo de publicação.

Coupland (Idem) investigou Anúncios Pessoais (APs) impressos e falados e determinou um conteúdo e uma estrutura básicos para esses tipos de textos que os caracteriza como tal. Ao analisar um AP, é possível perceber que o texto é diferente, por exemplo, de uma carta.

Para delimitar o objeto de análise deste estudo, foi preciso fazer um recorte a fim de torná-lo realizável no tempo previsto. Três fatores levaram a

¹ Agradeço à Prof^a Dr^a Viviane Heberle pelo empenho e generosidade em fornecer o texto de Coupland sobre o qual se apóia esse trabalho.

essa delimitação: 1) O meio de divulgação desses APs, atualmente, pode ser impresso ou eletrônico, 2) As pessoas que produzem APs podem ser homens e mulheres de diferentes orientações sexuais, e 3) A existência de pesquisas sobre construção da masculinidade (Moita Lopes, 1998a: 304) e análise de gêneros femininos (Caldas-Coulthard, 1994; Heberle, 1997; Figueiredo, 2000) indica uma atenção para as investigações do uso da linguagem por diferentes grupos sociais, no intuito de verificar a forma como esses grupos se constroem na sociedade.

Nesses termos, optamos por investigar textos eletrônicos produzidos por homossexuais masculinos divulgados na Internet. Nesse sentido, escolhi textos em língua inglesa (americanos e britânicos) para comporem o corpus desta pesquisa. Esses textos foram coletados no site www.One-and-only.com, no qual se pode encontrar APs oriundos de várias localidades do mundo, para diferentes orientações sexuais.

A decisão de estudar textos em inglês está relacionada à minha prática profissional como professor de inglês como língua estrangeira. No intuito de trazer para discussão aspectos do funcionamento da sociedade, optei por estudar textos produzidos por homossexuais masculinos, já que esse grupo constitui uma minoria discriminada. Enquanto parcela da sociedade, os homossexuais devem ter suas práticas evidenciadas a fim de combater todo e qualquer preconceito. Esse parece ser o papel de qualquer educador, pois ao desconstruir os textos que veiculam essas práticas, é possível perceber que “o mundo social é constituído e não dado (Moita Lopes, 1996b:2-3)”.

Em sala de aula é preciso questionar as práticas discursivas que silenciam a voz de quem é diferente, inclusive desmascarando as formas discursivas que a constroem. Se esses processos são construídos através do discurso, eles podem ser também destruídos e redescritos através da linguagem. A sala de aula de línguas, por sua própria natureza, é um espaço onde essas reescrituras podem ser foco de atenção, para que se aprenda a fazer o mesmo no mundo fora da sala de aula. Nem todo ser humano é homem, heterossexual,

branco, católico, classe média, falante de uma variante hegemônica, morador do chamado sul maravilha, etc., embora seja impressionante como essa representação da identidade social monolítica da pessoa – em que, na verdade, o sujeito deixa de existir – seja tão preponderante nos livros didáticos e nas interações em salas de aula, e aliás, fora da sala de aula. (Moita Lopes, 1996b:4)

Com base nas colocações anteriores, passo a apresentar os objetivos deste estudo.

1.1 Objetivo do estudo

1.1.1 Objetivo geral

- Analisar como se configura o gênero Anúncio Pessoal no meio eletrônico.

1.1.2 Objetivos específicos

- Verificar em que medida as categorias estabelecidas por Coupland (1996) se alteram ou permanecem estáveis;
- Investigar as escolhas lexicais a fim de determinar perfis para as representações das identidades dos participantes do gênero AP.

A pesquisa de Coupland (1996) compreendeu textos impressos e falados produzidos por heterossexuais. Nesse sentido, é preciso investigar em que medida os textos eletrônicos produzidos por homossexuais apresentam variações.

O trabalho é orientado pelos seguintes questionamentos:

- 1) Ao alterar as variáveis do contexto, a configuração do gênero também se altera? Ou seja, há alguma modificação da configuração textual do gênero quando este é: a) produzido por homossexuais? b) produzido no meio eletrônico?
- 2) Em que medida as escolhas lexicais feitas pelos Anunciantes desses APs revelam a maneira como esses indivíduos se constroem?

1.2 Organização do trabalho

Este trabalho está organizado da seguinte forma: No capítulo Revisão de Literatura, apresento: (1) conceitos fundamentais para o desenvolvimento do trabalho, tais como: linguagem, texto, contexto, gênero. (2) Configuração Contextual (CC) e o Potencial Estrutural Genérico (GSP), observando as variáveis do contexto e as funções da linguagem no gênero APs. (3) considerações sobre o conceito de discurso e seu papel na construção da identidade através da linguagem. (4) as pesquisas desenvolvidas por Coupland (1996) e Shalom (1997) sobre APs impressos, que servem de referência para este trabalho. E, por fim (5), pesquisas sobre análise de gêneros textuais e sociais feitos por Caldas-Coulthard (1994), Heberle (1994, 1995) e Figueiredo (1994, 2000).

O capítulo de Metodologia narra os passos que foram percorridos para a coleta do corpus dessa pesquisa e os critérios de análise para determinar os dados a serem investigados. No capítulo de análise e discussão dos resultados estão as considerações a respeito do gênero Anúncio Pessoal produzido por homossexuais no meio eletrônico. E por fim, o último capítulo traz as considerações finais sobre esta pesquisa.

CAPÍTULO 2 – REVISÃO DE LITERATURA

No capítulo de Revisão de Literatura, apresento os conceitos que considero necessários para o estudo do gênero AP. Ele está dividido em cinco seções. A primeira traz os conceitos de linguagem, texto, contexto, variáveis do contexto e funções da linguagem determinados por Halliday e Hasan (1989).

A segunda traz o conceito de gênero proposto por Bakhtin (2000), bem como o modo com o qual Halliday e Hasan (1989) propõem analisar gênero a partir das variáveis do contexto e das funções da linguagem. Na terceira, constam os conceitos de discurso e identidade, adotados nessa pesquisa.

Dois estudos feitos sobre APs estão na quarta seção. Um deles foi feito por Coupland (1996) sobre o gênero AP impresso, cujas categorias encontradas servem de referência para esta pesquisa. O outro, desenvolvido por Shalom (1997), investiga os atributos que os Anunciantes apresentam para caracterizar a pessoa que buscam. Nessa seção, apresento o conceito de Coupland (Idem:ibidem) para APs e também as categorias encontradas pela autora a partir da análise feita dos textos. E ainda o conceito de discurso de comodificação.

Por fim, a última seção traz algumas pesquisas cujo foco foi a análise de gêneros discursivos. O que proponho, especificamente, é verificar como esses estudos trataram os textos analisados a fim de encontrar uma relação entre as análises feitas e a que proponho para os APs eletrônicos.

2.1 Linguagem, texto e contexto

Este estudo analisa o gênero Anúncio Pessoal no meio eletrônico. Entretanto, antes de apresentar conceitos necessários para a análise em si deste gênero, é preciso considerar conceitos como: linguagem, texto e contexto, centrais a qualquer concepção da linguagem.

Nesta pesquisa, linguagem é entendida como um sistema de mediação das interações sociais. Ao publicar um AP, uma pessoa explicita sua procura por uma parceria afetiva através da linguagem escrita. Assim, escrevê-lo significa utilizar a linguagem como um instrumento dentro do sistema social para um determinado objetivo, neste caso, seduzir, conquistar alguém que lê esse gênero textual e responde a ele.

Halliday e Hasan (1989:3) tratam a linguagem como um sistema sócio-semiótico com a qual as pessoas realizam atividades através do modo como a utilizam. Sócio se refere ao sistema social, como as pessoas de uma determinada comunidade se engajam em suas atividades cotidianas e utilizam a linguagem (Idem:4). Semiótico diz respeito ao sistema de significados que as pessoas compartilham em suas atividades dentro da estrutura social (Idem:ibidem).

Segundo Halliday e Hasan² (Idem:ibidem), a linguagem deve ser entendida a partir de sua relação com a estrutura social.

For us, then, the perspective primarily adopted – not to the exclusion of the others, but because this is where we look first to seek our explanations for linguistic phenomena – is the social one. We attempt to relate language primarily to one particular aspect of human experience, namely that of social structure³.

APs são textos e, como tais, ocorrem dentro da estrutura social. Para Halliday e Hasan (Idem:10), texto é a linguagem exercendo um papel, em um determinado contexto, e deve ser considerado sob duas perspectivas: como produto e como processo.

We need to see text as product and text as a process and to keep both these aspects in focus. The text is a product

² As traduções feitas neste trabalho são de inteira responsabilidade do autor e da sua orientadora.

³ Para nós, então, a perspectiva primeiramente adotada – não excluindo as demais, mas porque é onde olhamos primeiro para buscar nossas explicações para o fenômeno lingüístico – é o social. Nós tentamos relacionar linguagem primeiramente a um aspecto específico da experiência humana, a saber, de estrutura social.

in the sense that it is an output, something that can be recorded and studied, having a certain construction that can be represented in systematic terms. It is a process in the sense of a continuous process of semantic choice, a movement through the network of meaning potential, with each set of choices constituting the environment for a further set⁴.

O conceito de texto é relevante para esta pesquisa, porque os APs são textos que seguem as duas perspectivas acima citadas, produto e processo. São um produto a partir da idéia de que podem ser estudados porque foram produzidos por alguém, registrados por escrito e têm uma estrutura que pode ser representada em termos sistemáticos. E são um processo porque sua escritura requer escolhas dentro do conjunto de significados que constitui o repertório léxico-gramatical das pessoas que produzem textos. Essas escolhas incluem elementos como substantivos, adjetivos, advérbios, verbos, modos verbais e organização temática, que determinam o conjunto de significados para os textos do gênero AP. Nesse sentido, uma análise da estrutura dos APs e de suas escolhas lexicais pode contribuir para compreender um pouco mais sobre como esse gênero se organiza.

A partir dessa mesma análise, é possível fazer uma projeção do contexto em que tais textos ocorrem, pois, conforme Halliday & Hasan (1985:56), contexto é a situação específica em que a linguagem exerce uma função. Ele é uma espécie de ponte entre o texto e a situação na qual o texto de fato ocorre (Idem:5). Logo, a noção de contexto é importante, porque texto e contexto são aspectos de um mesmo processo; havendo um texto, há um outro que o acompanha (o com-texto) como se fossem faces de uma mesma moeda (Idem:ibidem). Assim, é possível estudar texto a partir das características de

⁴ Precisamos ver texto como produto e como processo e focalizar esses dois aspectos. O texto é um produto no sentido de que é uma produção, algo que pode ser gravado e estudado, tendo uma certa construção que pode ser representada em termos sistemáticos. É um processo no sentido de ser um processo contínuo de escolhas semânticas, um movimento através da rede de potenciais de significação, com cada conjunto de escolhas constituindo o meio para o próximo conjunto.

seu contexto de situação ou verificar como uma situação pode ser entendida a partir do texto que ela origina.

Para um estudo do contexto de situação, Halliday e Hasan (Idem:12) apresentam as variáveis do contexto *Field, Tenor* e *Mode* ou Campo, Relação e Modo. Campo se refere à natureza social da ação em curso, o que está acontecendo. Relação se refere aos participantes envolvidos, às relações sociais existentes entre eles. Por fim, Modo diz respeito ao papel da linguagem na situação, a sua função no contexto.

É importante enfatizar que um estudo sobre o contexto requer uma investigação, a partir de entrevistas, dos sujeitos que produzem e dos que consomem APs. O foco de atenção da presente pesquisa é o texto do gênero, o que implica dizer que o contexto só será analisado na medida em que o texto ofereça elementos que possibilitem reconstruir suas variáveis. Em APs, por exemplo, o campo diz respeito ao fato de que as pessoas publicam textos com o intuito de encontrar um parceiro, oferecendo uma representação de si mesmos por escrito. A Relação que se estabelece, nesses textos, é entre pessoas que se inserem, num meio virtual, para buscarem outras pessoas no intuito de encontrar um relacionamento afetivo. Por fim, o Modo apresenta a linguagem como elemento que exerce o papel de seduzir um parceiro através da forma escrita.

Portanto, a análise das variáveis do contexto é importante exatamente porque revela os papéis das pessoas e da linguagem na produção de APs. Existe uma relação entre as pessoas que escrevem esses textos e as que os lêem, e essa relação se dá por intermédio da linguagem. Dentro dessa perspectiva, posso analisar o texto e, através dessa análise, reconstruir as variáveis de seu contexto.

Nesse sentido, Halliday e Hasan (Idem:17) apresentam as funções Ideacional, Interpessoal e Textual da linguagem, com as quais se expressam o Campo, a Relação e o Modo por meio de escolhas lexicais que fazem parte da organização do sistema léxico-gramatical da língua (Idem:29).

O componente Ideacional é o conjunto de significados que expressam as experiências de mundo das pessoas que usam a linguagem, o conteúdo do que está acontecendo num determinado momento (Idem:26-7). Já o Interpessoal diz respeito à relação que se estabelece entre os participantes da atividade (Idem:27). E, por fim, o componente Textual produz sentido por meio do estabelecimento das ligações entre as partes do texto (Idem:27-8).

Há uma relação sistemática entre as funções da linguagem e as variáveis do contexto, estabelecendo uma correlação entre categorias da situação (contexto) e categorias do sistema léxico-gramatical (linguagem) (Idem:29), isto é, o Campo se reflete na função Ideacional, a Relação, na função Interpessoal e o Modo, na Textual. Portanto, a análise de um texto mostra, por um lado, as escolhas lexicais e aspectos gramaticais da estrutura desse texto, e, por outro, o contexto de situação em que esse texto ocorre (Idem:35).

Apresentei, nessa seção, as noções sobre funções da linguagem e variáveis do contexto porque, ao analisar o gênero AP, estou analisando textos, nos quais investigo funções da linguagem e observo aspectos do contexto em que esses textos ocorrem. Na próxima seção, apresento o conceito de gênero adotado neste trabalho e o modo como será analisado.

2.2 Configuração Contextual e Potencial Estrutural Genérico: noções para a compreensão de gêneros discursivos.

Na seção anterior, apresentei os conceitos de linguagem, texto, contexto, variáveis do contexto e funções da linguagem, elementos necessários para que se possa começar a tratar do conceito de gênero.

Esta seção traz a noção de gênero estabelecida por Bakhtin (2000) e os conceitos de Configuração Contextual (CC) e Potencial Estrutural Genérico

(Generic Structure Potencial ou GSP), determinados por Hasan (1989) que são importantes para a análise que proponho para APs.

Bakhtin (2000:279) define gênero como tipos de enunciados que apresentam uma certa estabilidade dentro das atividades em que as pessoas usam a língua, seja falada ou escrita.

todas as esferas da atividade humana, por mais variadas que sejam, estão sempre relacionadas com a utilização da língua. (...) A utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana. (...) Qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso (Idem:ibidem).

Segundo Bakhtin (2000:293), “os enunciados sempre possuem, como unidades da comunicação verbal, características estruturais que lhe são comuns, e, acima de tudo, fronteiras claramente delimitadas”. Ele considera o enunciado a unidade real da comunicação verbal (Idem:ibidem). Dessa forma, o conceito de enunciado se relaciona com o conceito de texto que é a linguagem desempenhando uma função num determinado contexto (Halliday e Hasan, 1989:10). Logo, o enunciado, enquanto unidade da comunicação, não deixa de ser, como mostra a citação acima, a linguagem em uso (utilização da língua) em um contexto (esferas da atividade humana).

Fairclough (1992:126) considera gênero como “um conjunto de convenções relativamente estável que é associado com, e parcialmente representa, um tipo de atividade socialmente aprovado, como a conversa informal, comprar produtos em uma loja, uma entrevista de emprego, um documentário de televisão, um poema ou um artigo científico”. Assim, os APs são textos que seguem a concepção adotada por Fairclough (Idem), visto que representam uma atividade aprovada no meio social e que têm uma série de convenções relativamente estáveis (à frente, na seção 2.4, trato detalhadamente sobre a constituição do AP).

Motta-Roth (1998:95) define gênero a partir de autores como Bakhtin, Swales, Wittgenstein e Austin que lhe propiciaram construir uma representação do conceito de gênero como linguagem usada em contextos recorrentes da experiência humana. Heberle (1994:145) trata gênero como um tipo textual específico. Nesse sentido, o AP é um tipo textual específico utilizado em um dado contexto no qual alguém se descreve para que alguém leia e responda a essa descrição materializada no texto.

O AP é uma atividade humana que pressupõe uma resposta, pois mesmo que ninguém responda a esse ato, ele foi feito com o objetivo de obter uma resposta. Tal percepção segue o proposto por Bakhtin (Idem:334) de que o ato humano é um texto potencial e não pode ser compreendido fora do contexto dialógico. Seguindo a proposição de Bakhtin (Idem), Motta-Roth (1998a:24) diz 'que todo ato pode ser caracterizado como texto por, pelo menos, uma característica básica: através do texto oral ou escrito, interlocutores interagem, um em resposta ao outro'.

Dessa forma, considerando que APs são textos representativos do gênero AP, a análise que proponho neste trabalho parte da investigação desses textos no meio eletrônico. Assim, passo a apresentar os conceitos de CC e GSP, definições estabelecidas por Halliday e Hasan (1989) e utilizadas para o estudo dos textos na presente pesquisa.

A CC é um conjunto específico de valores que compreendem o Campo, a Relação e o Modo. Cada uma dessas três variáveis do contexto representa um valor específico (Idem:55). Por exemplo, o Campo pode ter o valor de elogio ou censura. A Relação pode se estabelecer entre pai e filho ou patrão e empregado. E o Modo pode ser falado ou escrito. Assim, podemos ter pai elogiando o filho verbalmente (Idem:ibidem).

O GSP constitui-se dos elementos que compreendem a organização retórica do gênero. Esses elementos podem ser obrigatórios, os que devem aparecer em qualquer texto exemplar do gênero; opcionais, os que podem aparecer; e iterativos, os que aparecem mais de uma vez e em qualquer estágio do texto (Hasan, 1989:59-63) .

Gênero, segundo Halliday e Hasan (Idem:110) é a expressão verbal de uma CC. Assim, CC e GSP estão diretamente relacionadas, na análise de gêneros textuais, pois o estudo de uma CC requer a investigação do texto que a constitui e é constituído por ela e, por conseguinte, as variáveis do contexto também são observadas.

Nesta seção, apresentei os conceitos de CC e GSP que fundamentam a análise que faço de APs eletrônicos. Essas concepções possibilitam a descrição e a interpretação do texto. Na próxima seção do trabalho, apresento o conceito de discurso que orienta esta pesquisa.

2.3 Discurso e identidade no gênero AP

O conceito de discurso adotado neste estudo segue a linha de Norman Fairclough (1989, 1992, 1995) em seus estudos dentro da Análise Crítica do Discurso (ACD). Nesta parte do texto, pretendo mostrar o modo como Fairclough relaciona discurso e a construção das identidades sociais. Esses conceitos são importantes para a investigação de APs eletrônicos, conforme estabelecido por Coupland (1996), que utiliza as noções de discurso e identidade.

O objetivo da ACD é desenvolver modos com os quais se possa analisar a linguagem, abordando, nesta análise, seu envolvimento no funcionamento da sociedade contemporânea (Fairclough, 1995:1). A ACD está consolidada num construto tridimensional cujo objetivo é mapear três estágios de análise, um dentro do outro: 1) analisar textos escritos e/ou falados, 2) analisar as práticas discursivas, que são os processos de produção, distribuição e consumo de um texto, e 3) analisar os eventos discursivos como instâncias de práticas socioculturais (Fairclough,1992:71; 1995:2).

O discurso é o uso da linguagem visto como uma forma de prática social, e a análise do discurso é a análise de como textos funcionam dentro das

práticas socioculturais (Fairclough, 1995:7). Essa forma de tratar a linguagem implica que ela é condicionada socialmente e, portanto, deve ser vista como parte da sociedade e não como algo externo a ela (Fairclough, 1989:22). Além disso, o discurso é “um modo de ação, uma forma que possibilita às pessoas agirem sobre o mundo e, especialmente, umas sobre as outras, bem como um modo de representação” (Idem, 1992:63). Nesse sentido, o discurso contribui para a forma como as pessoas se representam no mundo.

Seguindo as concepções de Fairclough, Moita Lopes (1996b:1-2, 1998b:65) define discurso como a ação do indivíduo no mundo através da linguagem. Meurer (1997:16) apresenta discurso como o conjunto de afirmações que, articuladas através da linguagem, expressam valores e significados das diferentes instituições. Ambas as definições mostram que o discurso é veiculado através da linguagem no qual o indivíduo manifesta os significados com os quais se constitui e, dessa maneira, constitui o mundo em que vive.

Essa visão do discurso revela sua natureza social, que deve ser compreendida no sentido de que o ser humano usa a linguagem em relação a alguém e vice-versa (natureza dialógica), e também constrói o mundo e as pessoas a partir das circunstâncias culturais em que se encontra (natureza constitutiva ou sócio-construcionista) (Moita Lopes, 1998b:66). Nesse sentido, o que um indivíduo viveu, com quem viveu e de que forma viveu o determinam sócio-historicamente. Ele pertence a algum grupo e tem uma história de vida dentro desse grupo. Logo, o discurso que ele vier a produzir revelará sua forma de conceber o mundo e de se colocar, expressar-se nele, ou seja, construir sua identidade.

A compreensão do discurso é necessária neste trabalho porque APs são textos e, dessa forma, integram simultaneamente as três funções da linguagem: a função ideacional na representação das experiências e do mundo, a interpessoal no que se refere à constituição das interações sociais entre os participantes do discurso e a função textual ao amarrar partes de um texto constituindo um todo coerente e ao amarrar tais textos aos seus

contextos de situação (Fairclough, 1995:6). Nesse sentido, seu funcionamento ideacional constitui sistemas de saber e crença, seu funcionamento interpessoal constitui sujeitos sociais (ou em diferentes terminologias, identidades, formas do eu) e relações sociais entre categorias de sujeitos:

Discourse contributes first of all to the construction of what are variously referred to as social identities and subject positions for social subjects and types of self. (...) Discourse helps construct social relationships between people. (...) Discourse contributes to the construction of systems of knowledge and belief. These three effects correspond respectively to three functions of language and dimensions of meaning which coexist and interact in all discourse – what I shall call the identity, relational and ideational functions of language. (...) The identity and relational functions are grouped together by Halliday(1978) as the interpersonal function (Fairclough 1992:64)⁵.

A discussão, em torno do discurso como elemento constituinte da identidade social, é relevante para este trabalho, porque a análise de APs, nesta pesquisa, busca investigar como os indivíduos que produzem este gênero textual se representam e representam o mundo ao seu redor através da linguagem. Como visto acima, as concepções de funções da linguagem são utilizadas apresentando uma variação para a função interpessoal, que Fairclough (Idem) divide em funções identitária e relacional. A primeira se relaciona aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso e a segunda diz respeito ao modo como as relações sociais, entre os participantes do discurso, são representadas e negociadas.

⁵ Discurso contribui antes de tudo para a construção do que é variavelmente referido como identidades e posições sociais para sujeitos sociais e formas do eu. (...) Discurso ajuda a construir relações sociais entre as pessoas. (...) Discurso contribui para a construção de sistemas de saber e crenças. Esses três efeitos correspondem respectivamente a três funções da linguagem e dimensões do significado que coexistem e interagem em todos os discursos – o que eu chamarei de funções identitária, relacional e ideacional. (...) As funções identitária e relacional são agrupadas por Halliday (1978) como função interpessoal.

A próxima seção traz uma discussão sobre o conceito de identidade, tão importante para a compreensão de como os Anunciantes se representam em seus APs.

2.3.1 Identidade

Esta seção tem o propósito de mostrar o conceito de identidade e como ele se relaciona com o estudo sobre APs. Para tanto, são apresentadas as considerações feitas por Moita Lopes (1998b) acerca da construção das identidades sociais e sua relação com o meio social.

As estruturas sociais, atualmente, estão passando por transformações devido aos processos de globalização, como, por exemplo a compreensão do tempo e do espaço, as redes de TV internacionais, os meios eletrônicos de comunicação. Essas transformações estão alterando todo o comportamento social, no que se refere à visão do mundo e de si mesmas, fazendo com que as identidades sociais saiam de uma visão homogênea para uma visão heterogênea, isto é, a compreensão do que é ser humano não está limitada a uma só raça, a um só gênero, a uma só expressão da sexualidade.

As transições rápidas que as sociedades estão experimentando têm sido responsáveis por novos modos de se pensar o mundo como também as próprias pessoas em seus esforços para compreender o que está acontecendo em volta delas em seus embates cotidianos de construção do significado (Moita Lopes, 1998b:63).

Essas novas formas de se pensar o mundo têm dado espaço para outros grupos, tornando a identidade um tópico central. Tais mudanças demonstram que há “a compreensão política de que a experiência humana não é limitada a um grupo étnico particular” (Idem:ibidem). Portanto, os significados, para a construção da identidade, estão dentro da cultura do grupo no qual o

indivíduo está inserido e constroem sua identidade social a partir de seus códigos culturais (Idem, 1998b:65).

Como já discutido, todas as ações mediadas pela linguagem fazem com que o indivíduo estabeleça seu lugar nos diferentes contextos em que ele possa vir a se encontrar, isto é, o indivíduo caracteriza o mundo a partir de papéis sociais que ele assume. Fairclough (1992:137) aponta as identidades sociais como manifestações do “eu” que são redefinidas e reconstituídas de acordo com o contexto.

Louro (1997:24) afirma que diferentes perspectivas formulam o conceito de identidade. “Os sujeitos são compreendidos como tendo identidades plurais, múltiplas, identidades que se transformam, que não são fixas ou permanentes, que podem, até mesmo, ser contraditórias” e que, assim sendo, o sentido de pertencer a diferentes grupos (tais como étnicos, sexuais, de classe, de gênero social) constitui o sujeito (Idem:25).

Ela destaca ainda que, entre identidade de gênero e identidade sexual, há uma distinção a ser feita. Identidade sexual se constitui através das formas como se vive a sexualidade (parceiros do mesmo sexo, sexo oposto, ambos os sexos ou sem parceiros); identidade de gênero se constitui através do modo como os indivíduos se identificam social e historicamente (masculino ou feminino) (Idem:26). Partindo do pressuposto de que as identidades são múltiplas, simultâneas e fragmentadas, sujeitos masculinos ou femininos podem constituir sua identidade sexual como heterossexual, homossexual, bissexual e, além disso, constituírem sua identidade de gênero como negros, brancos ou índios, pobres ou ricos (Idem:27). Tanto na dinâmica do gênero quanto da sexualidade o importante é considerar que as identidades são sempre construídas e não dadas ou acabadas num determinado momento (Idem:ibidem).

O meio social usa a linguagem para expressar significados e, assim, constitui quem a ele pertence, determinando a cultura do grupo. Isto está de acordo com a visão de Moita Lopes (1998a:308) de que as pessoas são essencialmente seres produzidos por outros seres: a identidade de uma

pessoa é o que dizem que ela é em seu meio. Segundo esse autor, as práticas discursivas caracterizam as identidades sociais, pois é na interação com os outros que as pessoas se representam.

As práticas discursivas moldam nossas identidades sociais, pois a identidade não é uma qualidade inerente de uma pessoa, ela nasce na interação com os outros, em outras palavras, as identidades são construídas no discurso e é neste processo que construímos a história de nossas vidas, que 'contamos' os outros e a nós mesmos (Moita Lopes, 1998b:67).

As investigações de Moita Lopes (1998a: 308), acerca da construção das identidades, no contexto de sala de aula, citam evidências de que identidades são construções sociais, suprimidas ou promovidas de acordo com os interesses da ordem social dominante. Através desse conceito, é possível verificarmos que o indivíduo se constitui dentro de um contexto, moldando-se às necessidades ou imposições desse contexto. O indivíduo se constrói e constrói o mundo ao seu redor a partir das experiências vividas.

Um estudo desenvolvido por Kleiman (1998:271) investigou um programa de alfabetização de jovens e adultos, em uma escola urbana, para determinar o papel da interação como elemento de homogeneização dos sujeitos da pesquisa em um grupo social que usa a linguagem escrita para fazer sentido nas práticas cotidianas. Nesse trabalho, Kleiman (Idem:ibidem) considera que identidade é uma produção social emergente da interação. Seu estudo leva em conta aspectos sociais da identidade e destaca que "o conceito de si do indivíduo passa, então, a ser organizado em torno de características, crenças e traços da personalidade (*traits*) assumidos pelo grupo com quem se identifica e assim a individualidade se perde". Nesse sentido, está implícito que o conceito de si incorpora os valores acima mencionados e, portanto, ao se representar, uma pessoa apresenta suas características, crenças e traços de sua personalidade.

Pittam (1999:112) adota duas posições sobre o conceito de identidade que, segundo ele, são complementares. Uma em que a identidade é um

conjunto, *a priori* estável, de categorias (tais como gênero social, idade e etnia) que se relaciona a formas de comportamento previsíveis, e outra, em que a identidade é uma entidade instável, emergente, dentro da interação social. Essas posições, segundo Pittam (Idem:ibidem) são modos estratégicos de conceituar identidade na interação social. Ele faz uma análise da interação entre jovens debatendo o tema HIV/AIDS, tendo como tópico central da discussão os grupos considerados responsáveis, de alguma forma, por transmitirem o vírus HIV. Pittam (Idem:115) verifica que, em determinados momentos da interação, os falantes, para se referirem a esses grupos, usam expressões como homens australianos de meia idade (*middle aged Australian men*) ou estudantes não universitários (*non-university students*) no intuito de se distanciarem desses grupos. E, ao se referirem a si próprios ao longo da interação, esses mesmos falantes se classificam em categorias mais gerais, usando termos como homens australianos (*Australian*) e estudantes (*students*). Assim, nesse contexto de debate sobre HIV, a identidade é um conjunto estável de categorias (jovens e universitários) com um comportamento previsível (não são grupo de risco) e, ao mesmo tempo, uma entidade instável porque as categorias 'australiano' e 'estudante', na interação, ora caracteriza o membro do grupo que debate, ora o participante do grupo associado ao vírus.

Miller (2000:72), assim como Pittam (Idem:ibidem), também tem a percepção de que a identidade emerge dentro da interação social. A identidade é estabelecida a partir da compreensão das diferenças, o conhecimento do eu, isto é, saber-se, ter consciência de si emerge, surge em relação aos outros. A identidade, portanto, está amarrada a um sentido de pertencer a determinado grupo. Em seu estudo, Miller (Idem:75) observou três estudantes falantes nativos de chinês, imigrantes na Austrália, buscando evidências de como eles se representam no contexto estrangeiro durante um curso de inglês como segunda língua. Apesar das diferenças individuais, os resultados mostram que os três estudantes pararam de tentar falar inglês porque, em meio a falantes nativos de inglês, não eram ouvidos nem compreendidos e, além do mais, seus colegas simplesmente não falavam com eles (Miller, idem:96-7). Nesse sentido,

a identidade de cada um desses sujeitos se constitui a partir da percepção de que eram diferentes, pois o idioma alvo do aprendizado desse grupo originou, a partir da interação social com falantes nativos, a consciência de que eram os 'outros' (Idem:ibidem), excluídos do grupo, não pertencentes a ele.

Os estudos acima mencionados apontam para o fato de que “as pessoas estão criando o mundo em volta delas, elas mesmas e os outros nas práticas sociais onde atuam” (Moita Lopes, 1998b:65). Logo, a produção de APs é uma prática social na qual as pessoas estão criando a si mesmas, ao se caracterizarem no texto; e aos outros ao caracterizarem o alvo de sua busca.

Para concluir esta seção, podemos observar que as pessoas produzem e interpretam a linguagem através de seus sistemas cognitivos e estes sistemas resultam de uma vida social e são determinados por valores compartilhados entre os membros do mesmo grupo (Motta-Roth & Heberle, 1994:240). Além disso, uma língua pertence a quem a usa, a quem, através dela, envolve-se no discurso para se construir, construir aos outros e ao mundo social a sua volta (Moita Lopes, 1996b:4). Nesse sentido, é preciso investigar as diferentes formas de expressão de significados no mundo, os diferentes discursos. Nessa perspectiva, o estudo de gêneros textuais específicos pode contribuir para a investigação de discursos que constituem os sujeitos no mundo.

A próxima seção apresenta o trabalho de Coupland (1996) sobre APs e as categorizações às quais ela chegou ao analisar este gênero. Além disso, há uma discussão sobre uma outra pesquisa feita por Shalom (1997) sobre o gênero AP em que a autora analisa as seleções lexicais usadas para o Alvo.

2.4 Anúncios Pessoais: gênero, discurso e commodificação

Nesta seção, apresentarei o conceito utilizado para APs baseado em duas pesquisas (Coupland, 1996, e Shalom, 1997) sobre o gênero.

Primeiramente, descrevo como esses estudos se desenvolveram; em seguida discuto os resultados a que chegaram; e, por fim, aponto os aspectos de comodificação do gênero AP indicados por essas pesquisas.

O estudo de Coupland (1996) serve de referência para a análise que faço acerca de APs eletrônicos, pois ela propõe um conceito para o gênero AP e determina os estágios do texto que determinam sua estrutura básica. Da mesma forma, o estudo feito por Shalom (1997) contribui para esta pesquisa, porque apresenta resultados da análise do gênero AP, visando identificar os atributos utilizados para codificar o desejo, isto é, investigar como as pessoas usam a linguagem para expressar o que desejam encontrar através dos APs.

Coupland (1996:191) desenvolveu uma pesquisa em que investigou o gênero AP, no período de 1993 e 1994, com textos escritos e falados. Ela destaca que APs têm sido usados com relevante aceitação entre leitores de revistas que anunciam este tipo de texto (Idem:186). O papel da linguagem, nesse gênero, é anunciar um produto para ser consumido (Idem:188).

Os textos que compreendem o gênero AP se caracterizam como anúncios de classificados que têm como objetivo seduzir o leitor para um contato pessoal com vistas a um relacionamento. Quem escreve um AP se constrói através da linguagem e também constrói o outro, caracteriza o modo como se vê e aquilo que busca em outra pessoa.

De acordo com as considerações de Coupland (Idem:187), APs são produtos textuais de um discurso de conveniência e comercialização. Configuram-se também como processo cujo resultado é um gênero textual que se relaciona, em suas características formais, com anúncios de propagandas de compra e venda de produtos, tais como: casa, carros, terrenos (Idem: 188). Quem produz um AP está oferecendo um produto e quem o lê está consumindo esse produto. Segundo a autora, a estratégia do anunciante é produzir um texto que identifique uma versão de si para ser consumida por uma clientela, estabelecendo, assim, uma prática discursiva de auto-promoção (Idem:ibidem).

A análise do gênero AP desenvolvida por Coupland (1996:193) indica uma configuração para os textos que mais comumente representam o gênero. Sua pesquisa aponta categorizações para o anunciante, para o público ao qual o texto objetiva atingir, assim como para a interação entre eles.

Textos são produzidos em contextos sociais específicos e de maneiras específicas (Fairclough,1992:78); a esse texto corresponde um contexto de situação. Neste caso, os textos que compreendem o gênero AP apresentam um contexto de situação com suas respectivas variáveis contextuais. Logo, nesse gênero, podemos analisar as funções interpessoal, ideacional e textual. A primeira porque mostra a relação entre quem produz e quem consome o texto. A segunda, porque mostra como o anunciante usa a linguagem para representar a si e ao outro. E, a terceira, por revelar como o anunciante organiza seu texto.

A pesquisa de Coupland apresenta uma quantidade de detalhes em relação à coleta de textos. Foram três fontes diferentes, sendo que duas delas ofereciam, além de textos escritos, textos gravados. Duzentos APs escritos foram coletados entre dezembro de 1993 e novembro de 1994 das seguintes mídias: 1) Anúncios de seções regulares de dois jornais locais independentes: *Making friends* (45 textos) e *Meeting Point* (34 textos). 2) Serviço de informação de teletexto da televisão independente (*One-2-One National Dating Service*) (67 textos). 3) Anúncios da seção *Penfriends and Partnerships* (54 textos) da revista *Saga*. O jornal *Making Friends* e o serviço *One-2-One* foram fontes para a coleta dos textos gravados. Não apresento um detalhamento maior de como foram os procedimentos para a seleção destes textos porque a análise de textos falados não é relevante para este trabalho.

Especificamente em relação aos textos escritos, Coupland (Idem:192) apresenta caracterizações genéricas quanto à estrutura retórica e ao campo ideacional. Ela categorizou os movimentos retóricos do gênero AP nos seguintes termos:

- (1) Anunciante (*advertiser*)
- (2) Busca (*seeks*)

- (3) Alvo (*target*)
- (4) Objetivos (*goals*)
- (5) Comentários (*comments*)
- (6) Referências (*reference*)

A análise de Coupland detectou esses seis estágios na organização convencional de textos considerados como exemplares do gênero AP (Idem:193-94). Tais estágios dizem respeito aos elementos constituintes da estrutura do texto de tal forma que o GSP do gênero Anúncio Pessoal é definido por Coupland (Idem:ibidem) em seis estágios textuais em que o Anunciante realiza ações por meio da linguagem, a saber:

(1) Anunciante

É o estágio em que a imagem do anunciante é projetada como uma lista das características predominantemente positivas relativas a gênero social, idade, aparência e personalidade. Para expressar o gênero social, por exemplo, os textos mostram escolhas lexicais como: viúvo(a), homem/mulher, cavalheiro, dama, homem de negócios, cara e assim por diante.

A idade do Anunciante é apresentada por adjetivos ao invés de números. Por exemplo: quarentão, jovem aos setenta, ativo aos cinquenta e oito. A aparência é tratada por meio de aspectos que definem e avaliam (magro, gordo, alto, moreno, atraente, comum, aparência razoável) a forma física do Anunciante. A personalidade ou comportamento abrange características como: romântico(a), inteligente, feliz, leal.

Segundo Coupland (Idem:193) em APs heterossexuais, o gênero social pode ser pensado como o estabelecimento de um critério de qualificação básica. No entanto, idade, aparência e personalidade são atributos altamente promovidos, o que torna os textos muito semelhantes àqueles de venda de produtos. O Anunciante tende a supervalorizar sua aparência e sua personalidade, fatores muito importantes para a configuração do texto do AP, conforme veremos mais tarde, ao discutir os dados da presente pesquisa.

(2) Busca

Nesse estágio do texto, o Anunciante introduz o Alvo ou o Objetivo do AP, ou seja, é o momento em que ele explicita o que procura. As expressões mais comumente encontradas por Coupland (Idem:194) são: gostaria de conhecer (*would like to meet*), procurando por (*looking for*) e sentindo falta de (*is missing*).

(3) Alvo

Nesse estágio do texto, o Anunciante caracteriza a pessoa que está procurando (o Alvo). Há uma recorrência de atributos semelhantes aos do movimento Anunciante: gênero social, idade, aparência, personalidade, o que enfatiza a idéia de que aparência e personalidade são atributos altamente valorizados no discurso de commodificação do gênero AP.

(4) Objetivos

Esse estágio ou movimento do texto se constitui em movimento retórico obrigatório do GSP, pois o Anunciante determina a finalidade de seu texto: namoro ou amizade. Aqui se define a razão pela qual se produz APs, já que o objetivo do texto é determinar um tipo de relacionamento afetivo. A análise de Coupland (Idem:ibidem)) apresenta os seguintes resultados para esse estágio: 1) para amizade, possivelmente romance (*for friendship, possibly romance*); 2) para trazer brilho para a vida (*to bring sparkle into life*); 3) para algumas noites de diversão (*for fun nights in*); 4) para relacionamentos sem compromisso (*no ties relationship*); e 5) para companhia, visitas e feriados (*companionship, visits and holidays*).

(5) Comentário

É o estágio do texto em que o Anunciante pode apresentar uma forma de persuadir o leitor a entrar em contato. De acordo com Coupland

(Idem:ibidem) apenas 02 anunciantes no total de 100 escreveram comentários extras, que apresentavam o seguinte conteúdo: 1) Ligue. Você poderá se surpreender (*Call you might be surprised*), e 2) Vamos ver no que vai dar (*Let's see how it goes*). Nesses exemplos, é importante destacar o uso de imperativos (ligue, vamos ver) que pode ser uma forma que o Anunciante tem de incitar seu leitor a agir, isto é, entrar em contato.

(6) Referência

Por fim, nesse estágio do AP, o Anunciante estabelece um meio para que o Alvo possa entrar em contato. Segundo Coupland (Idem:ibidem), isso envolve o avanço de um primeiro evento, que seria o contato com o texto, para um segundo evento, que seria um contato pessoal, o qual mais comumente poderia acontecer através da escrita de uma resposta.

As categorizações acima mencionadas constituem a estrutura convencional encontrada pela pesquisadora para a organização do gênero AP (Idem:193-94). Assim, este GSP apresenta cinco elementos recorrentes que se organizam da seguinte forma: o AP é um gênero em que alguém (**Anunciante**) **Busca** um parceiro (**Alvo**) com alguma finalidade (**Objetivo**) e define uma forma de contato (**Referência**). Esses cinco elementos são obrigatórios no GSP do gênero e apenas um é opcional: **Comentário**.

As variáveis do contexto observadas por Coupland são:

TABELA 1 – Resumo das variáveis do contexto na pesquisa de Coupland (1996)

Campo	Publicação de textos pagos, em mídia impressa, para encontrar um parceiro
Relação	Homens e mulheres heterossexuais tentam estabelecer um relacionamento afetivo
Modo	A linguagem é o único elemento que estabelece a ligação entre os participantes através do texto

Um fator importante nessas variáveis da Tabela 1 é que o Anunciante deve pagar por linha de texto escrito. O princípio da economia justifica a pouca recorrência do elemento opcional (Comentário) no GSP desses textos. Outro aspecto a ser destacado sobre a Tabela 1 é o uso da linguagem com a

finalidade de seduzir. Este fator evidencia o discurso de comodificação como um recurso utilizado para atrair o leitor, aumentando o interesse (consumo) por um dado AP (Anunciante).

A pesquisa de Shalom (Idem:186) foi desenvolvida no período que abrange o final de março ao final de julho de 1995. Ela afirma que o AP é um tipo de texto encontrado desde o século XVIII na Inglaterra e que ocupa, atualmente, o status de gênero de cultura popular, cujo conteúdo é tanto de oferta e, essencialmente, de procura (Idem:ibidem).

Shalom (1997:190) também investiga os seis movimentos retóricos definidos por Coupland. Sua pesquisa investiga o AP como um gênero que tem dois objetivos: 1) estabelecer um tipo de comunicação entre escritor (Anunciante) e leitor (Alvo) e 2) atrair a pessoa desejada (*desired other*).

Em sua pesquisa, Shalom (Idem:193) analisou 766 APs escritos da seção *Lonely Hearts*, em quatro exemplares do guia semanal de entretenimento de Londres, *Time Out*. Ela dividiu esse corpus em quatro grupos: 1) 367 textos de homens heterossexuais (*straight men*), 2) 186 textos de mulheres heterossexuais (*straight women*), 3) 155 textos de homens homossexuais (*gay men*) e 4) 58 textos de mulheres homossexuais (*gay women*) (Idem:ibidem).

O objetivo da pesquisa de Shalom (Idem:187) é verificar as escolhas lexicais (*lexis*) mais freqüentes dos integrantes dos quatro grupos acima mencionados para descrever o Alvo no AP. Logo, ela buscou traçar um inventário dos atributos do Alvo, e por atributo, Shalom (Idem:193) considera os adjetivos que ocorrem antes dos nomes (substantivos) bem como os que seguem o predicado. Por exemplo, *uncategorised male (...) seeks chic, witty female intellectual (...)*⁶.

Como resultado, Shalom (Idem:195) verificou que os atributos semelhante (*similar*), atraente (*attractive*) e profissional (*professional*) foram as

⁶ *Homem que escapa a categorizações (...) busca mulher intelectual, chique e esperta*

três escolhas lexicais mais recorrentes nos quatro grupos para descrever o Alvo.

No grupo de APs dos homossexuais masculinos, o termo 'semelhante' (*similar*) está presente em aproximadamente 35% dos textos, enquanto que, nos outros grupos, aparece da seguinte maneira: em torno de 15% no heterossexual masculino, próximo a 20% nos heterossexual feminino e no grupo homossexual feminino acima de 35%. A alta freqüência dessa palavra nos APs do grupo homossexual implica que seu uso seja uma marca característica dos grupos 3 (*gay men*) e 4 (*gay women*). Nesse caso, 'similar' parece fazer referência explicitamente à sexualidade, isto é, enfatiza as preferências sexuais do Alvo (Shalom, idem:196). De qualquer forma, a utilização desse termo gera ambigüidade, pois produz uma interpretação que deixa a critério do leitor a representação potencial do Alvo desejado (Idem:197). Logo, interpreto que a similaridade buscada pelos homossexuais pode se referir, além da sexualidade, a gostos, interesses, traços da personalidade e todas as outras características que o Anunciante tenha destacado no AP.

O termo 'atraente' (*attractive*) tem uma baixa freqüência no grupo homossexual masculino, uma média de 2% entre os textos (Shalom, idem:198). O inverso acontece no grupo heterossexual masculino, no qual o termo foi utilizado em aproximadamente 30% dos textos. Esse mesmo termo, no grupo heterossexual feminino aparece em 5 % dos textos e no homossexual feminino há uma ocorrência de 10%. Apesar da baixa freqüência nos homossexuais masculinos, Shalom (Idem:202) destaca que a palavra 'atraente' evoca a noção de aparência agradável. Assim, o uso do termo não tem a mesma precisão que a adjetivo bonito (*pretty* ou *handsome*). Esse fato possibilita uma interpretação positiva do leitor, isto é, ele pode se sentir representado pela palavra atraente e, conseqüentemente, responder ao AP (Idem:199).

O termo profissional (*professional*) somente aparece nos grupos homossexual masculino e heterossexual feminino, os demais não fazem menção a tal atributo. A freqüência do termo aparece nos APs dos

homossexuais masculinos numa média de 5 a 10%, enquanto que nos APs heterossexuais femininos se situam na faixa de 15 a 20 %. A sua presença nos textos está relacionada ao tipo de vida, ao intelecto e, possivelmente, à confiabilidade do Anunciante (Idem:200). O termo faz surgir conotações a respeito do estilo de vida e dos interesses culturais do Alvo (Idem:200) que o estimulam a responder o AP. Nesse sentido, pode-se verificar que, para esses dois grupos, a importância de estar bem situado profissionalmente é um fator relevante para se estabelecer uma relação afetiva.

Um aspecto importante da pesquisa de Shalom (Idem: 200) é que ela observou, nos quatro grupos, categorias semânticas entre os atributos usados para caracterizar o Alvo. Essas categorias serão aproveitadas, na análise das escolhas lexicais, em APs eletrônicos e se referem a atributos:

1) **Materiais** – atribuições feitas ao gênero social, idade, estado civil, nacionalidade, emprego, orientação sexual, religião e educação, tais como: jovem (*young*), profissional (*professional*);

2) **Físicos** – atribuições feitas à altura, peso, cor do cabelo, tais como: alto (*tall*), bonito (*handsome*);

3) **Mentais** – atribuições feitas à inteligência, ao modo de pensar, como inteligente (*intelligent*), consciente (*aware*);

4) **Afetivos** – atribuições relacionadas à emoção, tais como sensível (*sensitive*), amável (*loving*);

5) **Sociais** ou **relacionais** – atribuições que se referem ao caráter e ao humor da pessoa. Aspectos que se relacionam à vida social do Alvo e ao comportamento em seu meio. Nessa categoria, aparecem palavras como fumante (*smoker*), espirituoso (*witty*), sincero (*sincere*), honesto (*honest*);

6) **Eróticos** – atribuições referentes ao comportamento sexual do indivíduo, como: apaixonado (*passionate*) sensual (*sensual*).

Shalom (Idem) não apresenta o modo como determina tais categorias, o que dificulta a identificação do critério usado para classificar, por exemplo, sensível (*sensitive*) como um atributo afetivo e sincero (*sincere*) como um atributo social ou relacional. Essa falta de clareza nos critérios de

categorização é um ponto falho no estudo de Shalom (Idem) e traz problemas a qualquer nova tentativa de análise desses atributos, conforme discutirei mais adiante no presente trabalho.

As conclusões de Shalom (Idem:201), a respeito das escolhas lexicais para caracterizar o Alvo, são que tais escolhas imprimem valores sem precisão, os quais possibilitam, ao leitor, fazer associações com os efeitos das palavras, ou seja, uma palavra menos precisa pode deixar o leitor à vontade, sentindo-se com os pré-requisitos de Alvo e apto a responder ao AP.

As considerações a respeito dos trabalhos de Coupland (1996) e Shalom (1997) são relevantes para a ACD, visto que APs são textos que fazem parte de uma prática social em que pessoas buscam por outras pessoas para se relacionarem. Os processos de produção, distribuição e consumo desses APs caracterizam uma prática discursiva. E o evento de uso da linguagem para buscar um relacionamento configura uma prática sociocultural. A linguagem nos APs, apresenta o discurso de quem os produziu, e esse discurso revela como esses Anunciantes representam a si e aos outros e que ideologias emergem nesse processo. Esses aspectos podem ser observados a partir da análise das escolhas lexicais feitas nesses textos.

Nesta seção, apresentei as categorizações de Coupland (1996) para os movimentos retóricos do AP, que servem de parâmetros para a análise dos dados desta pesquisa, e também as categorias estabelecidas, a partir da análise das escolhas lexicais feitas por Shalom (1997) para caracterizar o Alvo, as quais serão observadas nos APs eletrônicos. A seguir, mostro as considerações para o discurso de comodificação feitas por Coupland (Idem) em relação ao gênero AP.

2.4.1 Discurso de comodificação: pessoas como produtos de consumo

Para explicitar o conceito de comodificação e sua relação com APs, apresento, primeiramente, o conceito de comodificação estabelecido por Fairclough (1992); em seguida, o que Coupland (1996) destaca sobre o discurso de comodificação e, por último, o que a noção de comodificação implica para a pesquisa sobre APs.

Fairclough (1992: 207) aponta que:

Commodification is the process whereby social domains and institutions, whose concern is not producing commodities in the narrower economic sense of goods for sale, come nevertheless to be organized and conceptualized in terms of commodity production and distribution and consumption⁷.

Logo, o discurso de comodificação tem por objetivo promover um produto a fim de convencer um público consumidor da qualidade desse produto e, dessa maneira, persuadir esse público a consumir tal produto.

Coupland (Idem:188) afirma que em APs, por um lado, os Anunciantes embarcam numa prática discursiva que tem como estratégia a produção de versões, que os representam por escrito, para serem selecionados por consumidores. Por outro lado, os consumidores observam essas representações e decidem se investem tempo e esforço nesse processo de consumo (Idem:ibidem). Ou seja, o discurso, em APs, é um veículo para a venda de produtos, no caso, pessoas, e isso supõe a incerteza entre o que é autêntico e o que é promocional, pois a comodificação implica a valorização das qualidades do produto.

Em vista disso, Coupland (Idem:190) destaca ainda que a escritura de APs é uma característica dos tempos atuais e que a comodificação, nesse gênero, deve ser pensada como uma resposta eficiente e natural à configuração da vida social moderna, visto que as circunstâncias atuais fazem

⁷ A comodificação é o processo pelo qual os domínios e as instituições sociais, cujo propósito não é produzir mercadorias no sentido econômico mais restrito de artigos para venda, vêm mesmo assim a ser organizados e definidos em termos de produção, distribuição e consumo de mercadorias.

com que as pessoas sejam centradas em suas atividades de trabalho e não tenham tempo e disponibilidade para buscar parceiros da forma considerada “normal”. Dessa forma, encontrar alguém para um relacionamento é semelhante a encontrar um móvel, um eletrodoméstico, uma casa ou um terreno, produtos que podem ser pesquisados a partir de uma marca que seja respeitada e de confiança.

Portanto, em APs, os indivíduos que produzem esses textos se colocam como produto de consumo. As escolhas lexicais que fazem, para se representar, revelam discursos que constroem identidades de autopromoção, nas quais a valorização de aspectos positivos predomina. Essa perspectiva se provará relevante para a análise dos dados do presente trabalho, no que se refere ao aspecto das escolhas lexicais usadas pelos Anunciantes da pesquisa para valorizar o produto anunciado em APs.

2.5 Pesquisas sobre gêneros textuais: o papel do léxico na representação social

Neste momento do texto, pretendo apresentar como as pesquisas sobre determinados gêneros discursivos podem, de alguma forma, contribuir para a análise dos APs eletrônicos. Apresentarei trabalhos de pesquisadores que têm investigado gêneros textuais para, a partir das escolhas lexicais, observar o papel da linguagem como discurso, nas interações sociais. Tentarei discutir, assim, a relevância desses estudos para meu trabalho com APs eletrônicos.

Caldas-Coulthard (1994:115) investiga revistas femininas, focalizando a questão da representação de papéis sexuais e a construção de identidades na imprensa escrita. Dentre suas considerações, considero relevantes alguns aspectos para este trabalho sobre APs eletrônicos: 1) questões levantadas acerca de estudos feministas e estudos sobre lésbicas e gays sobre as conseqüências e implicações do uso lingüístico em nossas interações

(Idem:114); 2) A maneira como a linguagem, na sua forma escrita ou oral, agrupa ou exclui pessoas de determinados estratos sociais (Idem:116).

A análise de Caldas-Coulthard (1994) é feita a partir de entrevistas e questionários nos quais ela realiza uma análise feita em nível semântico-gramatical, em que os seguintes tópicos foram abordados: 1) grupos nominais, 2) transitividade, 3) modalidade e 4) colocação, concordância e freqüência de palavras.

Considero mais significativo, para a presente pesquisa, a análise dos grupos nominais, porque a maneira como as pessoas são classificadas ou nomeadas é sempre ideologicamente importante para determinar papéis sociais (Idem:118). Nesse sentido, as escolhas lexicais feitas, em APs eletrônicos, para classificar ou nomear demonstram como os Anunciantes, representam a si e ao seu Alvo. Os resultados de Caldas-Coulthard (Idem:ibidem) apontam que os assuntos sérios são tratados por participantes do sexo masculino muitas vezes citados como ‘cientistas, psicólogos, médicos’ que opinam sobre assuntos femininos de uma posição de autoridade, e que “apesar das mulheres terem ‘voz’ nas revistas”, essa voz se limita à esfera privada.

Assim como Caldas-Coulthard (1994), Figueiredo (1994: 121) analisou um texto da revista feminina *Cosmopolitan Nova* e neste investigou como os gêneros masculino e feminino são construídos, mantidos e reforçados no discurso. A análise tem o objetivo de avaliar de que forma as opções lexicais e gramaticais, presentes no texto, ajudam a construir um determinado modelo de sexualidade feminina, uma vez que há elementos lingüísticos que ajudam a transmitir a visão particular feminina no texto analisado: modalidade, pronomes pessoais, vocabulário, negativas, imperativos e verbos ilocucionários. (Idem:122). Dentre essas categorias, destaco o vocabulário, pois, segundo a autora (Idem:127), “através das escolhas lexicais presentes num texto podemos investigar suas mensagens ideológicas” e as palavras escolhidas pela autora para se referir a diferentes casos de agressividade são um bom exemplo disso. Figueiredo (Idem:135) conclui que as revistas femininas apresentam uma

multiplicidade de discursos (feminista, sexista, conservador, progressista). Logo, suas conclusões apontam que as escolhas lexicais, mais especificamente os adjetivos, ajudam na construção desses discursos múltiplos. Uma vez que investigo APs eletrônicos, busco verificar em que medida o léxico pode configurar diferentes discursos.

Em outra pesquisa, ainda, Figueiredo (2000:3) investiga o discurso sobre decisões legais para os casos de estupro na corte britânica, a fim de observar como vítimas e agressores são descritos e categorizados, na linguagem, e que impacto tem a representação do evento de estupro e de seus participantes (vítima e agressor) nos casos desse tipo de violência.

Ao conduzir sua análise, Figueiredo (Idem:11) aponta que as escolhas lexicais são realizadas no sistema léxico-gramatical e que são essencialmente escolhas de significado. Ela procura analisar verbos, nominalizações, advérbios, bem como estruturas gramaticais como discurso direto e indireto, feitas pelos escrivães (*judicial writers*) para compor o texto da decisão legal (Idem:13).

Segundo a autora (Idem:43), as escolhas lexicais, feitas em um discurso, representam seu repertório de conceitos. Ao escolher um determinado termo, estou expressando meu ponto de vista, isto é, o vocabulário usado por um escritor é um forte indicador de como suas experiências e visão de mundo estão estruturadas (Idem:ibidem). As palavras tornam palpáveis as idéias por meio dos signos que as representam, sejam eles escritos ou falados (Idem:49).

Assim, em sua conclusão, Figueiredo (Idem:189) destaca que os agressores no evento estupro são categorizados como vítimas (*victims*) ou vilões (*villains*) e que o tratamento dado a eles, no discurso, depende de como o estupro é categorizado.

A definição legal de estupro consiste na penetração vaginal do pênis quando o homem sabe que a mulher não consente o sexo ou ele não se importa com tal consentimento. Nesse sentido, tem-se: 1) estupro típico ou real (*typical/real rape*) praticado por um estranho contra uma mulher que é muito jovem ou muito velha e há certos valores sociais envolvidos: virgindade, ataque

em casa, idade, bom nome da mulher (Idem:55). 2) Estupro não típico (*non typical rape*) praticado por um homem conhecido, como o marido, um ex-parceiro ou alguém das relações pessoais da mulher (Idem: 62).

Quanto à vítima, ela pode ser considerada genuína ou não. Assim, para vítimas genuínas tem-se: 1) virgens (*the virgin*), 2) garotas jovens (*young girls*), 3) senhoras de respeito (*old respectable lady*), 4) mulheres que se opuseram (*woman who resisted*), e 5) esposa complacente (*forgiving wife*). E, para vítimas não-genuínas, tem-se: 1) parceira atual ou antiga (*the former or present partner*), 2) provocante (*temptress*), essa categoria inclui as prostitutas, e 3) mentirosa (*the liar*), quando há dúvidas se o estupro de fato ocorreu.

Quanto ao agressor, as categorizações foram as seguintes: 1) estuprador desconhecido (*The strange rapist*), esta categoria se subdivide em cruel (*The fiendish rapist*) e louco (*the deranged rapist*), e 2) marido desequilibrado (*the 'disturbed' husband*).

As conclusões às quais Figueiredo (Idem:142) chegou é que o sistema judiciário é uma das 'arenas' sociais no qual o comportamento das mulheres é julgado e rotulado como apropriado ou inapropriado, pois o discurso judicial categoriza agressores e vítimas de acordo com seu bom caráter que é construído de maneira diferente: para homens, bom caráter requer ser estabelecido profissional e socialmente e não ter condenações prévias; para mulheres, bom caráter significa não ter familiaridade com o agressor, neutralidade sexual (virgens, senhoras, e outras mulheres que não apresentem indícios de promiscuidade sexual) ou uma boa vontade para perdoar e esquecer.

As considerações feitas acima ilustram como Figueiredo (2000) investiga o gênero decisões legais e servem como referência para meu trabalho, uma vez que ela investigou o discurso, presente no gênero, a partir das escolhas feitas para representar o evento discursivo e seus participantes.

Também, em revistas femininas, Heberle (1994:137-8) investiga quatro editoriais extraídos de duas revistas femininas inglesas semanais, que estão entre as mais vendidas da Inglaterra. Em sua análise, ela traça paralelos entre

os editoriais e sua função, na estrutura social inglesa, como um tipo de texto persuasivo veiculado na imprensa para o público feminino, por meio da análise das três funções semânticas da linguagem: ideacional, interpessoal e textual, em que investigou a transitividade, o modo e a modalidade (Idem:ibidem). A autora destaca que as revistas femininas atingem um público expressivo e, por essa razão, é interessante analisar suas características textuais e sócio-culturais (Idem:ibidem).

Entre as conclusões, Heberle (Idem:148) destaca a informalidade utilizada pelas revistas femininas para persuadir o leitor a adotar certas normas de comportamento:

Pessoas com posições e papéis sociais de autoridade estão se valendo de um processo de negociação para poderem impor suas normas e valores. Para estabelecer relações sociais mais produtivas com seus subordinados, para eliminar marcadores de poder explícitos, essas autoridades estão utilizando técnicas de conversação, de informalidade para atingirem seus objetivos. Assim há uma reestruturação entre as fronteiras do público e do privado.

O estudo de Heberle (1994) é importante para minha pesquisa, porque a autora destaca a análise do texto como um nível de análise do gênero editorial, e considera que o léxico auxilia a caracterizar os editoriais como um texto informal, personalizado e autopromocional. Em sua análise lexical, Heberle (Idem:141-2) observou, especificamente, os agentes inanimados, que são grupos nominais os quais remetem a características do editor (minha dieta, meu apetite), da revista (nossa capa, esta revista) ou ainda, de produtos de beleza (aquela sombra, batons). Heberle (Idem) aponta também que a informalidade está aliada ao aspecto promocional e de publicidade que está tomando conta de certas esferas sociais. Tal aspecto se relaciona com o aspecto da comodificação que será observado nos APs eletrônicos.

Ao investigar o gênero Editorial de Revistas Femininas (*Editorials of Women Magazine* ou EWM), Heberle (1997:3) teve como objetivo fazer uma análise descritiva e uma interpretação de elementos lexico-gramaticais dos

editoriais para identificá-los com um gênero escrito relativo a uma forma de prática social.

Em sua pesquisa, Heberle (Idem:6) analisou 115 editoriais oriundos de 14 revistas britânicas. Cada editorial foi analisado de acordo com seus aspectos lexico-gramaticais para encontrar 1) padrões de regularidade na organização textual, 2) componentes do discurso hortatório e 3) componentes do discurso promocional (Idem:7). Em termos de léxico, a autora investigou os grupos lexicais (*lexical sets*), predominantes nos editoriais, e também as escolhas de transitividade (*transitivity choices*) (Idem:ibidem).

Na análise do gênero EWM, Heberle (Idem:59) destaca que o estudo do vocabulário deve ser feito, levando-se em consideração o contexto no qual o texto é produzido, porque as palavras adquirem novos significados em contextos diferentes. Os grupos lexicais recorrentes, na pesquisa em EWMs, estão relacionados a 1) sexo (*sex*), 2) relacionamento (*man/women relationships*), 3) família (*parenthood and family*), 4) saúde (*health*), 5) dietas (*diets*), 6) moda e beleza (*fashion and beauty*), 7) carreira (*career*) e 8) lucro e economia (*thrift and economy*) (Idem:60).

As escolhas lexicais servem como uma estratégia persuasiva para chamar a atenção dos leitores, por isso há uma abundância de palavras relacionadas a sexo, amor e relacionamentos (Idem:ibidem). A análise sobre os EWMs demonstra que as palavras contribuem para estruturar ou codificar experiência e sugerem uma preocupação com aspectos da vida das mulheres, (Idem:69). Nesse sentido, as considerações feitas por Heberle (1997) reiteram que ao analisar APs eletrônicos, investigo as estratégias do Anunciante para persuadir seu leitor (Alvo) através das escolhas lexicais feitas nos textos.

As pesquisas que apresentei até aqui revelam como a análise de determinados textos pode mostrar que as escolhas lexicais caracterizam quem escreve determinado texto e para quem ele se dirige. Assim, elas se tornam importantes porque são trabalhos que ilustram como se analisa gênero, a partir de categorias lexico-gramaticais, dentro dos estudos da ACD.

Esta seção encerra o capítulo de Revisão de Literatura, no qual foram discutidos os conceitos que suportam a pesquisa sobre o gênero AP. Os conceitos de linguagem, texto, contexto e gênero foram definidos a fim de mostrar o viés teórico que esse estudo segue. Além disso, foram apresentadas as concepções de discurso e identidade, visto que estão relacionadas ao conceito de AP. Entretanto, a análise do gênero AP depende da compreensão das noções de variáveis do contexto e funções da linguagem, pois estão diretamente ligados à CC e ao GSP desses textos. Esses conceitos norteiam a análise de gênero textual a que me proponho. Assim, no próximo capítulo, passo a apresentar os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa a fim de investigar o uso da linguagem no gênero AP.

CAPÍTULO 3 – METODOLOGIA

Neste capítulo, serão apresentados os procedimentos metodológicos para analisar o gênero AP. O capítulo está organizado em três seções que delimitam o universo de análise, o corpus e os critérios de análise dos textos. A primeira seção mostra como foi escolhido o *site*, bem como os meios para divulgação e pesquisa por APs. A segunda, mostra os critérios de coleta dos textos para o corpus. A terceira seção apresenta os critérios de análise dos textos que representam esse gênero.

3.1. Procedimentos

O presente estudo se diferencia da pesquisa de Coupland (1996) em relação à mídia escolhida por aquela pesquisadora, impressa e telefônica, e em relação à variedade dos Anunciantes, homens e mulheres heterossexuais. Os APs investigados no presente estudo são divulgados por escrito no meio eletrônico e seus participantes são Anunciantes homens que procuram uma pessoa do mesmo sexo.

O propósito deste estudo é verificar em que medida a configuração textual do gênero se mantém estável ou varia, analisando diferenças e semelhanças da calibragem das variáveis entre os resultados do presente estudo e aquele feito por Coupland (1996).

Os critérios para a seleção dos textos que compõem o corpus da pesquisa foram os seguintes: 1) Delimitação do universo de análise, isto é, a escolha pelo *site* em que os textos foram coletados; e 2) Definição do corpus a partir do número de palavras por texto.

3.2. Delimitação do universo de análise

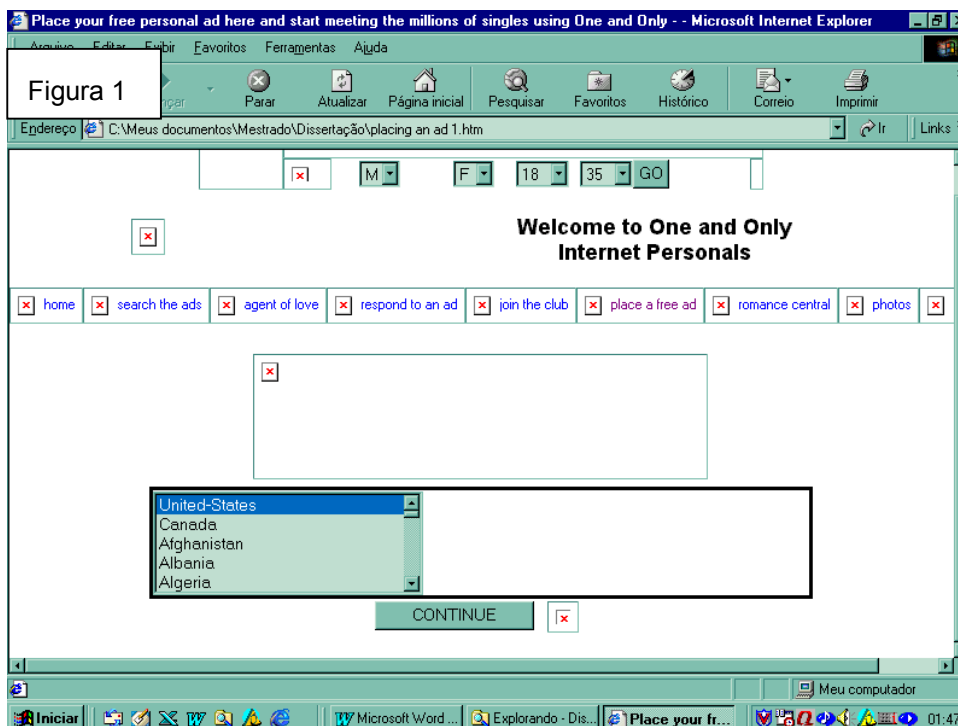
O site escolhido para a coleta dos dados foi www.one-and-only.com. Esta escolha deve-se ao fato de que este é um *site* que oferece opção para qualquer orientação sexual. Alguns sites da Internet que divulgam APs consideram apenas que homens procuram por mulheres e vice-versa. Assim, *One-and-only* inclui hetero, bi e homossexuais.

O *site One-and-only* da Internet oferece algumas alternativas para que a pessoa que estiver pesquisando por textos dessa natureza limite sua busca com algumas características específicas; localização geográfica, idade, características físicas, estilo de vida e anúncios com fotos. A pessoa escolhe os quesitos que deseja ver preenchidos, e o buscador apresentará uma lista dos títulos dos APs. Assim, a pessoa deve clicar sobre o título do texto que desejar ler para poder ter acesso ao AP completo.

3.2.1 A publicação de Anúncios Pessoais em One-and-only

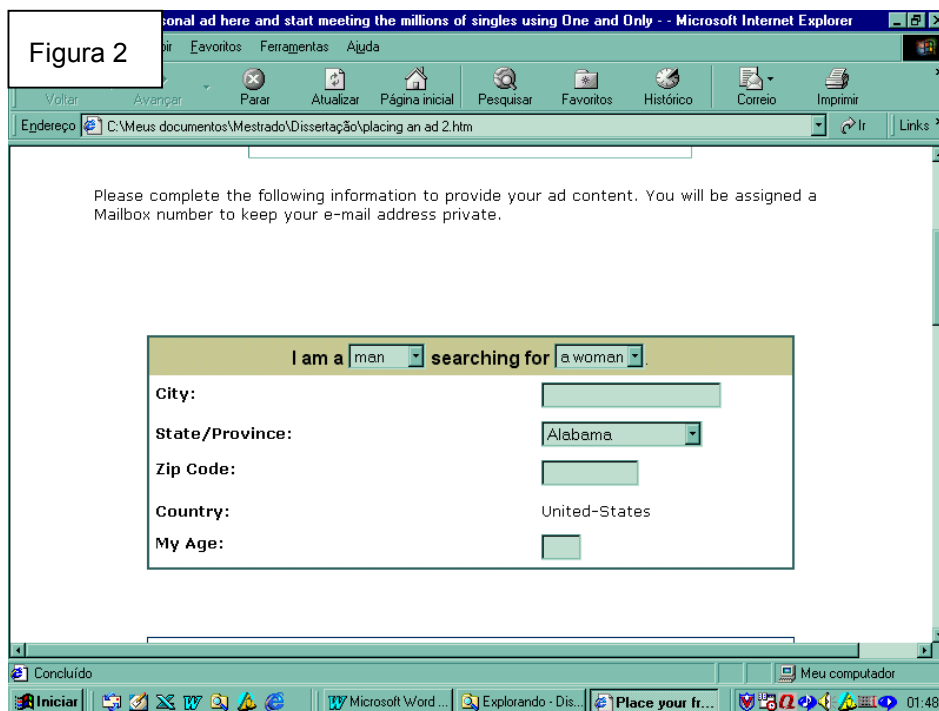
Na busca por APs no *site* www.one-and-only.com é possível perceber que tanto quem busca como quem pretende anunciar um texto precisa seguir algumas regras básicas. O Anunciante deve preencher um formulário na página inicial.

O primeiro item do formulário diz respeito à localização geográfica (ver Figura 1). Uma vez que o ambiente de pesquisa é o meio virtual, torna-se possível encontrar pessoas de qualquer lugar do mundo num *site* como o One-and-only. Portanto, a primeira informação dada é sobre o país no qual o anunciante mora, bem como o nome do estado e da cidade onde ele reside.



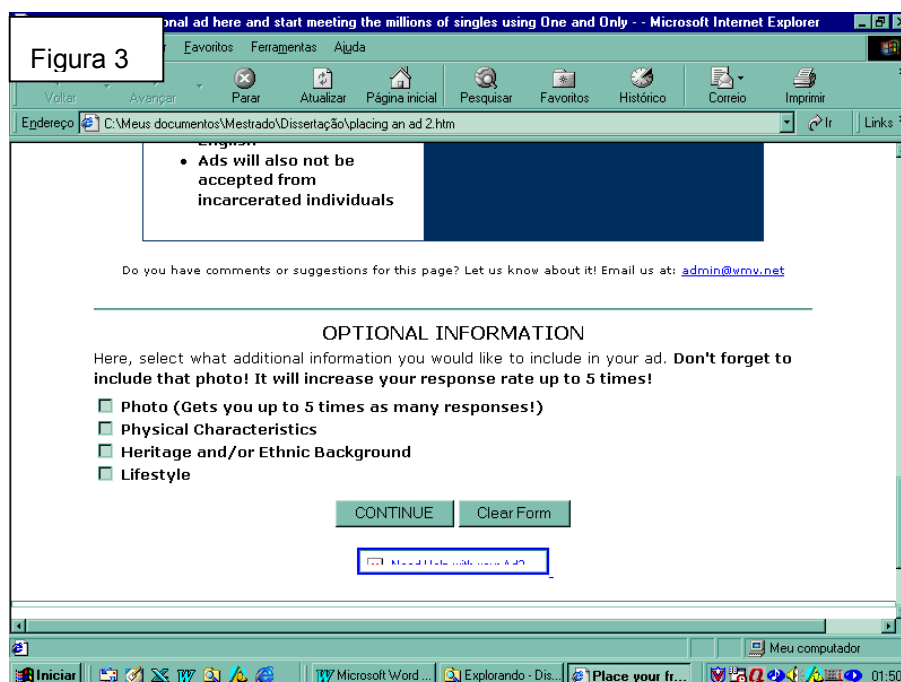
Observando a Figura 2, pode-se perceber que o próximo passo é fazer a escolha pelo público-alvo de seu anúncio. Num menu suspenso, primeiro se define o gênero social do anunciante (homem ou mulher), depois o gênero da pessoa procurada. Esta característica dá ao site um caráter democrático, pois, ao contrário de outros sites que não deixam a opção de escolha, *One-and-only* permite que outras formas de expressão da sexualidade, como a homossexual, tenha espaço no meio eletrônico. Esses outros sites impõem um menu suspenso do tipo “eu sou homem procuro por mulher”, ou apenas invertendo, “e sou mulher procuro por homem”. Nesse termos, quem anuncia assim como quem procura por APs deve obrigatoriamente ser heterossexual.

O passo seguinte do Anunciante é preencher os campos referentes ao seu endereço e sua idade. Esse último item é um campo obrigatório, isto é,



ninguém que pretenda publicar no site pode deixar de apresentar a informação idade. Há ainda um campo para o título e outro para o texto.

A divulgação do anúncio no site será pelos títulos, depois pelos textos. Isto significa que o Anunciante que procura por APs no *site* após preencher um



formulário receberá uma lista de títulos para então escolher os textos que pretende ler.

O *site* alerta ainda que, além dos itens acima mencionados, o Anunciante pode também incluir, se desejar, uma foto, apresentar características físicas (*Physical characteristics*), origem étnica (*Heritage and/or Ethnic Background*) e estilo de vida (*Lifestyle*), como mostra a Figura 3. Em relação à foto, há um aviso de que sua inclusão trará ao Anunciante um número de respostas cinco vezes maior do que sem a foto.

3.3 Definição do corpus

Nesta seção apresento os critérios utilizados para escolher APs no *site* One-and-only. Esses critérios se referem ao lugar e ao número de palavras por texto.

3.3.1 O lugar

Os textos coletados são de Anunciantes oriundos das cidades de São Francisco e Londres. Essa escolha se deve ao fato dessas cidades serem dois grandes centros, um americano e o outro europeu. Londres foi escolhida por ser a capital do Reino Unido. A escolha por São Francisco se deve ao fato dela ser uma cidade historicamente conhecida como a capital gay dos Estados Unidos. “São Francisco se tornou a capital gay do planeta a partir da Segunda Guerra. A cidade acolheu muitos dos soldados gays que retornavam ao país, o que ajudou a fazer dela o que é hoje, tão maravilhosamente aberta” (Braga, 2002).

Além disso, em 18 de janeiro de 2001, o número de APs divulgados era superior a 600, pois, na referida data, as demais cidades apresentavam em média 500 textos.

Uma vez determinado que o corpus seria constituído por anúncios de homossexuais masculinos das cidades de São Francisco, nos Estados Unidos, e Londres, na Inglaterra, a segunda etapa seria determinar um número de textos cuja análise fosse viável dentro do tempo que restava para a conclusão deste estudo. Foi decidido que, para investigar o gênero AP em tempo hábil, o número de textos para o corpus deveria ficar entre 60 e 80 APs. Assim, na busca feita no site One-and-only, foram coletados os primeiros 40 textos eletrônicos de cada uma das cidades escolhidas, totalizando 80 textos para a pesquisa.

3.3.2. O número de palavras

Os APs coletados não apresentavam um tamanho padrão, havendo textos muito curtos e outros demasiadamente longos. Assim, um segundo critério, para determinar os anúncios que comporiam o corpus, foi o número de palavras por texto. Essa medida foi tomada para tentar encontrar uma média de palavras nos textos do gênero. A Tabela 2 mostra o número de textos que compreendem as médias de palavras encontradas.

TABELA 2 – Número de textos por grupo de palavras

Número de palavras	Número de textos
até 50	3 textos
50 – 100	28 textos
100 – 200	35 textos
200 – 300	10 textos
300 – 400	2 textos
400 – 500	1 texto
acima de 500	1 texto

Com base nesses dados, a fim de estabelecer um corpus dentro da média de textos que se pretendia, nesta pesquisa, serão analisados os APs que compreendem a média entre 50 e 200 palavras, configurando um corpus composto por 63 textos. Dezessete textos restantes foram refutados. Na numeração dos Anunciantes, os americanos foram dispostos primeiro. Os APs estão dispostos no Anexo 1 e foram mantidos como nos originais, sem correção dos possíveis erros.

3.4 Coleta e análise dos dados

Nesta seção do Capítulo de Metodologia pretendo definir os critérios adotados na análise dos dados. Assim, primeiramente, determino o que é considerado dado, logo em seguida, como esses dados serão analisados e, por fim, como esses dados serão interpretados.

Na análise em APs eletrônicos, será verificado em que medida os movimentos determinados por Coupland (1996), Anunciante, Busca, Objetivo, Alvo, Comentário e Referência, alteram-se ou permanecem estáveis no corpus deste estudo. Além disso, serão investigadas as escolhas lexicais para determinar os perfis das representações das identidades dos participantes desse gênero. Tal investigação será feita através das variáveis do contexto Campo, Relação e Modo e das funções da linguagem ideacional, interpessoal e textual.

Nesse sentido, os seis movimentos retóricos, assim como as escolhas lexicais que caracterizam Anunciante, Alvo e Objetivo são os dados para análise. Os movimentos caracterizam o GSP do gênero, ou seja, eles se dividem em movimentos obrigatórios, opcionais e iterativos. As escolhas revelam a representação da idéias (função ideacional) do Anunciante sobre si e sobre o Alvo, bem como a relação que se estabelece (função interpessoal) entre eles a partir da forma como esse texto está organizado (função textual) a

fim de evidenciar o Objetivo do texto, determinando, assim, os perfis desses Anunciantes no AP.

A análise dos dados será feita a partir das variáveis do contexto que demonstram em que medida os APs eletrônicos diferem ou mantêm as características dos impressos. Nesse sentido, a Tabela 3, abaixo, mostra as variáveis do contexto para os textos da pesquisa de Coupland (1996) e a da presente pesquisa.

TABELA 3 – As variáveis do contexto em APs impressos e eletrônicos

Variáveis do Contexto	APs impressos	APs eletrônicos
Campo	Publicação de textos pagos, em mídia impressa, para encontrar um parceiro	Publicação gratuita de textos, em mídia eletrônica, para encontrar um parceiro
Relação	Homens e mulheres heterossexuais tentam estabelecer um relacionamento afetivo	Homossexuais masculinos tentam estabelecer um relacionamento afetivo
Modo	O texto é constitutivo da instância comunicativa que se estabelece	O texto é constitutivo da instância comunicativa que se estabelece

Como se pode observar, o destaque na Tabela 3 é para a alteração das variáveis Campo e Relação, ao passo que o Modo aparenta permanecer estável na variação do meio impresso para o eletrônico. Os participantes no impresso são homens e mulheres heterossexuais e no eletrônico são homossexuais masculinos, além disso, o meio de divulgação dos APs impressos é pago, enquanto que no eletrônico é gratuito. Por essa razão, também é perceptível que o meio impresso limita o papel da linguagem em seduzir, o que, provavelmente, configura a alteração na variável Modo quando observado no meio eletrônico, pois a liberdade de expressão confere maior possibilidade de utilização da linguagem para seduzir e, portanto, maiores chances de atingir o objetivo que é a sedução.

A análise irá mostrar em que medida essas alterações configuram mudanças nos seis movimentos retóricos a partir das categorizações feitas por Coupland (Idem). Em relação aos movimentos Anunciantes e Alvo, especificamente, a análise mostrará como estão dispostas as categorias de

caracterização dos movimentos no AP eletrônico. Abaixo estão as categorizações de Coupland (Idem:193-4) e os percentuais encontrados por ela para cada um dos movimentos.

- **Gênero social** (*gender*) – Anunciante (100%), Alvo (89%)
- **Idade** (*age*) – Anunciante (87%), Alvo (54%)
- **Localização** (*location*) – Anunciante (73%), Alvo (1%)
- **Aparência física** (*appearance*) – Anunciante (60%), Alvo (26%)
- **Personalidade** (*personality*) – Anunciante (55%), Alvo (45%)
- **Gostos e interesses** (*interests*) – Anunciante (51%), Alvo (5%)
- **Status profissional** (*career*) – Anunciante (34%), Alvo (9%)
- **Estado civil** (*marital status*) – Anunciante (33%), Alvo (6%)
- **Origem étnica** (*ethnicity*) – Anunciante (7%), Alvo (5%)

Além das categorias acima citadas, os movimentos Anunciante e Alvo também serão analisados a partir das escolhas lexicais que os caracterizam. Portanto, para escolha lexical, no Capítulo de análise serão considerados nominalizações, adjetivos, advérbios e expressões que indiquem características de ambos os movimentos. Essa caracterização indica como esses Anunciantes se representam bem como constroem as representações de seus Alvos.

Para a análise dessas escolhas serão utilizadas categorias determinadas por Shalom (1997) para os atributos Alvo em sua pesquisa com APs impressos. Tais aspectos indicarão quais características são predominantemente enfatizadas tanto no Anunciante quanto no Alvo.

- **Materiais** – atribuições feitas ao gênero social, idade, estado civil, nacionalidade, emprego, orientação sexual, religião e educação;
- **Físicos** – atribuições feitas à altura, peso, cor do cabelo;
- **Mentais** – atribuições feitas à inteligência, ao modo de pensar;

- **Afetivos** – atribuições relacionadas à emoção;
- **Sociais** ou **relacionais** – atribuições que se referem ao caráter e ao humor da pessoa. Aspectos que se relacionam à vida social e ao comportamento em seu meio;
- **Eróticos** – atribuições referentes ao comportamento sexual do indivíduo.

Por fim, a análise focaliza o movimento Objetivo a fim de verificar os perfis que se constroem para esses Anunciantes a partir do propósito de relacionamento que AP visa estabelecer. Para tal intuito serão utilizadas as categorizações de Coupland (Idem:194) para o movimento Objetivo que são:

- Amizade, possivelmente romance (*for friendship, possibly romance*);
- Trazer brilho para a vida (*to bring sparkle into life*);
- Algumas noites de diversão (*for fun nights in*);
- Relacionamentos sem compromisso (*no ties relationship*);
- Companhia, visitas e feriados (*companionship, visits and holidays*).

A interpretação dos dados e dos resultados será a partir da verificação dos resultados encontrados na pesquisa de Shalom (1997) concernentes aos homossexuais masculinos, o que não exclui a relevância dos resultados sobre os APs heterossexuais e homossexuais femininos, pois é no contraste entre cada grupo que eles determinam suas peculiaridades. Além disso, os resultados de Coupland (1996) também servirão de base para verificar em que medida o gênero AP varia ou permanece estável variando o meio e os participantes.

No próximo capítulo, apresento a discussão dos resultados da presente pesquisa.

CAPÍTULO 4 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo traz os resultados e a discussão da análise dos dados desta pesquisa. Nesta etapa do texto, apresento a análise dos movimentos retóricos e a interpretação dos discursos veiculados nos APs eletrônicos do corpus.

O capítulo está organizado em quatro seções. Na primeira, mostro as informações, dispostas na página do AP, através do preenchimento de um formulário do *site* One-and-only. Na segunda, apresento a Configuração Contextual (CC) dos APs, enfatizando as variáveis do contexto e as funções da linguagem. Na terceira seção, apresento o Potencial Estrutural Genérico (GSP), identificando seus elementos obrigatórios e opcionais, levando em consideração os movimentos retóricos encontrados por Coupland (1996). E por fim, a quarta seção traz os perfis delineados para os Anunciantes a partir de uma análise feita do discurso materializado nesses textos.

4.1 Informações extratextuais: o formulário online

Na seção 3.2.1 do capítulo de Metodologia, foram apresentados os procedimentos para a publicação de APs eletrônicos. O preenchimento das informações mencionadas levam a um formulário que apresenta junto ao texto as seguintes informações: idade (*age*), origem (*heritage*), altura (*height*), constituição (*build*), estilo de vida (*lifestyle*) e ocupação (*occupation*). Para preencher estes itens, o site oferece alternativas a fim de que o Anunciante opte por vislumbrar informações referentes a tais características.

O único campo de preenchimento obrigatório é o item idade, os demais são opcionais. Logo, a idade dispensa maiores explicações e sua veracidade, assim como a dos outros itens, não é preocupação neste trabalho, pois a

análise se detém sobre como esses Anunciantes se projetam no texto e como caracterizam o parceiro que buscam.

Quanto à origem, o Anunciante recebe uma lista de possibilidades, dentre as quais ele deverá escolher as que deseja apresentar. Os termos listados estão escritos em inglês, por isso os apresento com a tradução adotada neste trabalho. O Anunciante, para definir sua origem, tem os seguintes itens de escolha: Negro (*Black*), Asiático (*Asian*), Indígena (*Native American*), Branco (*Caucasian/White*), Latino (*Hispanic/Latino*), Aborígine (*Pacific Islander*), Hindu (*East Indian*), Árabe ou semita (*Middle Eastern*), Outra (*Other not listed*).

Para a informação altura, a escolha pode ser: média (*average*), mais alta que a média (*taller than average*) ou mais baixa que a média (*shorter than average*).

A escolha referente à constituição física inclui: Atlético (*Athletic*), Esguio (*Slim*), Pouco maior que a média (*A little larger than average*), Média (*Average*), Grande (*Large*).

No que diz respeito ao estilo de vida do Anunciante, o *site* solicita que ele apresente informações que dizem respeito a três características específicas: tabagismo (se fuma ou não), paternidade (se tem filhos) e profissão.

Pessoas que buscam APs neste *site* também precisam preencher um formulário semelhante ao preenchido pelo Anunciante. Para tanto, no momento da pesquisa, devem informar a localização, as características físicas, o estilo de vida e a média de idade. Esses dados são necessários na obtenção de uma lista de títulos de APs, os quais preenchem as expectativas da procura.

Embora a pesquisa só prossiga após o preenchimento do campo referente à localização, nenhum desses campos é obrigatório, pois o pesquisador pode selecionar todos os países (*All countries*).

Essa possibilidade de escolha de informações serve para facilitar a pesquisa de quem busca. Esse dado configura uma facilidade que o *site* oferece para que o leitor encontre resultados mais apurados, de maneira ágil, e

não faça sua busca em outro *site* de APs. E ainda, esses itens parecem revelar alguns aspectos esperados na identidade do Anunciante. Shalom (1997:202) afirma que o leitor interage com o AP, a partir das escolhas lexicais que o texto apresenta, questionando-se a respeito de ser o Alvo procurado ou não. Portanto, idade, origem étnica, aparência física e estilo de vida são componentes importantes na divulgação de APs, pois podem levar o leitor a se identificar com esses elementos apresentados e, posteriormente, corresponder-se com o Anunciante.

A seção seguinte mostra como foi tratado o aspecto idade pelos Anunciantes dos textos analisados.

4.1.1 Idade

A idade, além de ser uma informação obrigatória no *site*, é um dado que organiza os Anunciantes da pesquisa em grupos de faixa etária.

Dentre os 63 textos do corpus, é possível perceber uma variação de idade entre 18 a 60 anos. A Tabela 4 apresenta uma relação entre as faixas de idade com o número de Anunciantes e seus respectivos percentuais. Ela também mostra uma tabulação geral do grupo.

TABELA 4 – Faixa etária

Faixa etária	Geral	
	Número de textos	Percentual
Menos de 20 anos	4	6 %
Entre 20 e 29 anos	15	24 %
Entre 30 e 39 anos	30	48 %
Entre 40 e 49 anos	10	16 %
Entre 50 e 59 anos	3	5 %
Entre 60 e 69 anos	1	2 %

Analisando os 63 textos, é possível observar que 72% (45) do total de Anunciantes estão em duas faixas predominantes, uma vai dos 20 aos 29

(24%) e a outra dos 30 aos 39 anos de idade (48%). Há ainda 16% de Anunciantes entre 40 e 49 anos. Estes dados podem ser indício de que há uma faixa etária de produção efetiva de APs eletrônicos, a qual vai dos 20 aos 39 anos, visto que a maioria dos textos ficam nessa faixa. Logo, esse dado indica uma preocupação em buscar por um parceiro nesse período etário. E, por outro lado, uma credibilidade de que essa forma de procura possa trazer resultados, o que, possivelmente, não aconteça em uma faixa etária mais jovem ou mais velha.

A próxima seção mostra os resultados para os demais itens de escolha do formulário.

4.1.2 Atributos físicos e pessoais

Diferentemente do item idade, as demais informações, acerca do Anunciante, são optativas, isto é, quem produz o AP escolhe o que informar e o que omitir. Assim, o Anunciante destaca aquilo que considera importante para apresentar no AP.

Em relação às informações sobre origem étnica, 41 textos (65%) apresentam origem étnica. Verifiquei a presença de 02 negros, 28 brancos, 6 asiáticos, 4 latinos e 1 Anunciante que marcou o item de categoria não-listada.

Esses números revelam uma peculiaridade do público analisado no que se refere à etnia. A pesquisa de Coupland (1996:193) destacou a presença da informação sobre etnia em apenas 7% dos textos analisados. No entanto, na presente pesquisa, essa mesma preocupação aparece em 65% dos Anunciantes. Novamente, tais escolhas parecem indicar uma preocupação especial por parte dos homossexuais, com aparência física se comparados com o grupo de heterossexuais estudados por Coupland (Idem). Etnia, embora sinalize ambientes cultural e social diferentes, diz respeito à aparência em um primeiro contato.

A altura está presente em 46 textos (73%). As escolhas verificadas foram: 30 Anunciantes marcaram altura média, 16, altura maior do que a média e 04, altura menor do que a média. Na mesma proporção, constituição física aparece em 46 textos (73%). Observei no corpus: 15 Anunciantes de tamanho médio, 18 atléticos, 9 magros, 3 maiores que a média e apenas 1 definiu sua constituição física como grande. Estilo de vida é uma informação dada em 45 textos (72%) e ocupação em 31 textos (49%).

É importante destacar que os números iguais não representam que diferentes tipos de informação são sempre encontradas nos mesmos textos, os 46 textos que apresentam a informação sobre altura não são, necessariamente, os mesmos 46 que apresentam a informação sobre constituição física e assim sucessivamente.

Como já apontado anteriormente, todas essas informações auxiliam a agilizar a busca por APs no site. A presença desses aspectos em mais de 70% dos textos indica que as informações são importantes para os Anunciantes, pois não há obrigatoriedade no preenchimento desses itens. Logo, enfatizar características importantes do Anunciante revela o que é valorizado para um relacionamento.

Na próxima seção, há a Configuração Contextual dos textos analisados.

4.2 A Configuração Contextual do gênero

Conforme discutido na Revisão da Literatura, a CC se refere aos valores associados às variáveis do contexto, Campo, Relação e Modo (ver seção 2.2).

Neste estudo, a calibragem das variáveis do contexto se diferencia da pesquisa feita por Coupland (Idem) da seguinte maneira: 1) os participantes são homens com orientação sexual homoerótica e 2) o meio para divulgação é a Internet na qual a publicação dos APs é gratuita. Nessa perspectiva, para as variáveis do contexto, o Campo se refere às informações que o Anunciante

apresenta no AP através de escolhas lexicais que configuram o evento de sedução. A Relação que se estabelece é entre homossexuais que se buscam para fins de relacionamento. O Modo, nessa configuração, dá-se por textos escritos divulgados na Internet. Esses valores são evidenciados, respectivamente, no texto pelos significados ideacional, interpessoal e textual.

O foco, neste trabalho, recairá sobre os componentes ideacional, interpessoal e textual. O primeiro com o intuito de investigar como Anunciantes representam suas experiências de mundo e seus papéis sociais através da palavra em seus APs, o segundo para analisar as representações de Anunciante e Alvo para estabelecer uma relação e o terceiro a fim de verificar como o texto se organiza para que cumpra as funções ideacional e interpessoal.

Essa investigação está embasada na análise dos elementos constituintes do GSP que apresento na seção seguinte.

4.3 Potencial Estrutural Genérico

Nesta seção, seguindo as categorizações evidenciadas no estudo feito sobre APs impressos, apresento o modo como estão organizados os textos de APs. Esta seção está organizada em seis segmentos, correspondentes a cada movimento retórico: Anunciante, Busca, Objetivo, Alvo, Comentário e Referência. A seção referente ao Anunciante está dividida em três outras subseções. Uma, que discute as informações apresentadas no formulário online, diz respeito às informações que caracterizam o Anunciante. A segunda discute os aspectos de comodificação evidenciados na análise desse movimento. E a terceira traz uma análise das escolhas lexicais para a caracterização do Anunciante.

Conforme Coupland (1996:193), esses seis movimentos retóricos representam os elementos constituintes do GSP (ver seção 2.2). O Exemplo 1

apresenta um dos textos do corpus com os movimentos retóricos indicados, conforme o esquema abaixo:

Ae – Anunciante

B – Busca

O – Objetivo

Ao – Alvo

C – Comentário

Exemplo 1

[Anunciante 14][**Ae**] I'm a 37 yr-old professional male, in shape, [**B**] who is looking for [**Ao**] other in shape guys [**O**] for friendship and fun. [**Ae**] I work out 6 days a week [**B**] and am looking for [**Ao**] someone similar. [**Ae**] I also like travel, dancing, exploring the city, biking, blading, star trek and quiet nights at home. Other things, too, just ask. I'm a mellow, open-minded sort of guy. [**Ao**] Race and age are unimportant, just be happy and secure about who you are. [**C**] I believe it's important to treat others the way you would like to be treated. The best way to get to know me is to just hang and talk. If this interests you, drop me a line.

Age: 37

Heritage: Hispanic/Latino

Height: Average

Build: Athletic

I do not smoke and I do not have children

O Exemplo 1 inicia com o movimento do Anunciante. Na sua apresentação, ele opta por mencionar sua idade e seu status profissional: profissional (*professional male*). Apresenta também um atributo de sua caracterização física: *in shape* (em forma). Esses são os primeiros fatores aos quais ele atribui valor em seu texto e os quais escolhe para se autopromover.

Na seqüência, o texto apresenta os movimentos de Busca e Alvo. A expressão 'procurando por outros caras em forma' (*looking for other in shape guys*) mostra o Alvo que esse Anunciante busca. Ele se apresenta como um Anunciante em forma que quer outro homem que também se enquadre nesse perfil. Há um apelo à forma física neste AP, o Anunciante cita o quanto se dedica aos cuidados da forma física e exige que seu possível Alvo tenha cuidados semelhantes.

No próximo movimento, o Objetivo, o Anunciante esclarece que procura homem (em forma) para fins de ter amizade (*friendship*) ou diversão (*fun*). Os referentes dados demonstram que a intenção do Anunciante não é compromisso. E, se opusermos os termos '*for friendship*' e '*for fun*', parece surgir uma conotação sexual na palavra diversão, já que *fun* é algo mais ou algo diferente do que amizade.

Na seqüência do texto, existe um retorno do movimento do Anunciante, no qual este apresenta seus gostos e características. Raça e idade não são importantes, basta que o Alvo seja feliz e seguro sobre o que ele é. Nesses termos, o Anunciante se apresenta como um homem aberto às diferenças, sem preconceito.

No último movimento, o Comentário, o Anunciante fala de seus valores sobre como a interação entre duas pessoas deve ser. Ele acredita ser importante tratar os outros do mesmo modo que espera ser tratado. Este trecho é uma mensagem para o Alvo, uma forma de atrair o 'consumidor'. O texto encerra com um apelo sedutor, o leitor só saberá como se desenrolarão os acontecimentos se entrar em contato, escrevendo um e-mail.

Como foi visto na análise do Exemplo 1, há a presença dos movimentos retóricos do gênero categorizados por Coupland (1996). É importante destacar que não se faz menção ao movimento Referência, pois ele é apenas um endereço de e-mail oferecido ao término do texto no layout da página onde o texto está divulgado.

O Exemplo 1 é apenas uma ilustração dos APs da presente pesquisa e mostra um Anunciante que se constrói através da linguagem, dando ênfase a sua aparência física e sua profissão. As escolhas para constituir sua imagem no texto são todas positivas, basta observar que o texto não apresenta marcas negativas a respeito desse Anunciante. A recorrência das informações contidas no texto variam; portanto, a análise de cada movimento demonstrará como essas informações estão dispostas nos APs.

Nesta seção, procurei apresentar uma visão de como os movimentos acima descritos estão dispostos nos textos analisados neste estudo. Passo

agora a discuti-los individualmente e classificá-los como obrigatórios, opcionais e iterativos.

As próximas seções, da 4.3.1 a 4.3.6, apresentam os seis movimentos retóricos do AP. A discussão que se segue está organizada da seguinte maneira: primeiramente, apresento os passos que realizam cada movimento e, em seguida, comento as escolhas lexicais presentes em cada um desses estágios do texto. Busca, Objetivo, Comentário e Referência são movimentos que não são constituídos por passos, assim, serão analisadas as escolhas lexicais que os configuram.

4.3.1 O Anunciante

Entre os seis movimentos, o Anunciante pode ser considerado um elemento obrigatório do GSP do gênero AP homoerótico eletrônico, pois está presente em todos os sessenta e três textos que constituem o corpus da pesquisa. Inicialmente, apresento os passos determinados por Coupland (1996) para o Anunciante, verificando quais se encontram ou não nos APs eletrônicos, explicando por que razões quando não constam. Em seguida, mostro em que medida esses passos aparecem nos textos e, por fim, analiso um AP para exemplificar os passos que configuram o movimento Anunciante no meio eletrônico.

Coupland (Idem:193), ao analisar os movimentos retóricos do AP, aponta que o movimento Anunciante se subdivide nos seguintes passos: (1) gênero social, (2) localização; (3) idade; (4) aparência física, (5) traços do comportamento ou personalidade; (6) interesses ou gostos; (7) estado civil; (8) carreira ou status profissional e (9) etnia.

Ao analisar o movimento, na presente pesquisa, pude verificar que, em comparação ao trabalho de Coupland (1996), os APs apresentam algumas variações. O (1) gênero social, a (2) localização e o (7) estado civil não

constituem categorias neste trabalho, uma vez que o corpus escolhido inclui apenas APs produzidos por Anunciantes homossexuais homens oriundos de São Francisco e Londres, critérios, portanto, estabelecidos já na metodologia da pesquisa e os dados não mencionam referência ao estado de saúde desses Anunciantes. A (3) idade é obrigatória no formulário online, apesar de alguns Anunciantes a mencionarem em seus textos. E por fim, (9) etnia, conforme apresentado na seção 4.1, é uma informação do formulário online que está presente em 65% dos APs.

Assim, tentando verificar em que medida os passos determinadas por Coupland (1996) permaneciam estáveis, constatei que (4) aparência física, (5) traços da personalidade, (6) gostos e interesses e (8) carreira ou status profissional são encontrados nos APs homossexuais online. E percebi, também, um outro passo que não consta na pesquisa de Coupland, o estado de saúde. A frequência de ocorrência desses passos estão na Tabela 5.

TABELA 5 – Passos do movimento Anunciante

Passos	Textos	Percentual
Aparência física	59	94%
Traços da personalidade	47	75%
Gostos e interesses	46	73%
Status profissional	25	40%
Estado de saúde	7	11%

Como mencionei anteriormente, há um novo passo encontrado nos APs eletrônicos, o estado de saúde do Anunciante que é mencionado em alguns APs. Como se pode observar na Tabela 5, os Anunciantes do presente estudo parecem ter a preocupação de falar de seu estado de saúde, principalmente no que diz respeito ao contágio ou não do vírus HIV.

Os números da Tabela 5 indicam que aparência física, personalidade e gostos e interesses são informações muito recorrentes, o que sugere que a maioria dos Anunciantes consideram relevantes tais aspectos num relacionamento. Nesse sentido, é possível verificar o que Kleiman (ver seção 2.3 do capítulo 2) apontou sobre o indivíduo ser organizado em torno de

características, crenças e traços da personalidade. O Anunciante se organiza em torno das características de sua aparência física, de seus gostos e interesses, que podem ser relacionados às crenças, e dos aspectos da personalidade. Isto é, o Anunciante cria a si mesmo e ao seu mundo em volta (Moita Lopes, 1998b:65).

O Exemplo 2 ilustra os passos do movimento do Anunciante.

Exemplo 2

[Anunciante 17] [Ae] My name is Jeff and I am 41 y/o, 6'2", 185 lbs. with hazel eyes and hair thinning on top but I have a hairy body. I go to the gym but don't have a "gym body".

My interests are the arts, movies at the Embarcadero and Lumiere, tennis, bicycling or rollerblading thru GG Park, dining out at new restaurants, shopping and travel.

I am in management at a technology company in San Francisco and live in The City as well. I am in excellent health, drug and disease free, including HIV-.

[B] I am seeking [Ao] a guy with common interests aged 25-45 who is grounded, trustworthy with integrity and compassionate as well as affectionate. [O](I love to cuddle and kiss!) Ideally, I prefer guys who are shorter in stature, weight proportionate to height and sensual with great skin tone.

[C] I hope to hear from you and maybe we can arrange to meet for coffee sometime??

Como é possível observar, o Anunciante 17 realiza os seguintes movimentos: Anunciante, Busca, Alvo e Comentário. Além disso, todas as informações do formulário estão presentes, ou seja, este Anunciante fez questão de se apresentar de maneira completa.

No Exemplo 3, apresento uma análise, em detalhe, da estrutura do movimento Anunciante em termos de passos retóricos, de acordo com a legenda seguinte:

- af – Aparência física
- tp – Traços da personalidade
- gi – Gostos e interesses
- sp – Status profissional
- es – Estado de saúde

Exemplo 3

[Anunciante 17][af] My name is Jeff and I am 41 y/o, 6'2", 185 lbs. with hazel eyes and hair thinning on top but I have a hairy body. I go to the gym but don't have a "gym body". [gi] My interests are the arts, movies at the Embarcadero and Lumiere, tennis, bicycling or rollerblading thru GG Park, dining out at new restaurants, shopping and travel. [sp] I am in management at a technology company in San Francisco and live in The City as well. [es] I am in excellent health, drug and disease free, including HIV-.

O Anunciante, ao se apresentar no texto, começa com o movimento textual que diz respeito a sua aparência física. Ele apresenta, inicialmente, descrições e comentários gerais, como idade, altura, peso. Em seguida, descreve informações particulares referentes a olhos, pêlos no corpo e prática de musculação. Esta forma de representação indica uma tentativa de fazer com que o leitor de seu texto construa uma fotografia imaginária de como ele (Anunciante) é fisicamente.

O segundo passo diz respeito a gostos e interesses: *My interests are the arts, movies at the Embarcadero and Lumiere, tennis, bicycling or rollerblading thru GG Park, dining out at new restaurants, shopping and travel.*

Ele fala de seu interesse por arte e cinema. Entre seus gostos estão os tipos de atividade que gosta de praticar, tais como: andar de bicicleta, patins, jogar tênis e andar num parque específico da cidade. Há ainda algumas características que revelam seu caráter consumidor: ele tem o hábito de jantar em novos restaurantes, fazer compras e viajar. Embora essas atividades possam ser consideradas como habituais de qualquer pessoa, esse Anunciante as destacou em seu texto.

O indício de que o Anunciante espera que seu parceiro goste das atividades citadas acima é evidenciado através dos movimentos de Busca e Alvo (*I am seeking a guys with common interests*). Ele poderia se apresentar e dizer que quer alguém diferente dele, mas ele usa a expressão interesses comuns (*common interests*), que pode ser entendida como similar. Nesse sentido, posso concluir que 1) esse dado confere com o que Shalom (1997:196) destacou sobre o termo 'similar' ser característico de homossexuais. No entanto, não confere com o que a autora afirmou sobre o termo gerar ambigüidade (Idem:197), pois o Anunciante explicita os interesses

que devem ser comuns e esse dado cita a evidência de que a interpretação de como deve ser o Alvo não fica a critério do leitor (ver seção 2.4), pelo contrário, os interesses do Anunciante esclarecem o leitor sobre as características esperadas.

Na seqüência, o Anunciante apresenta seu status profissional na administração de uma companhia de tecnologia (*I am in management at a technology company in San Francisco*). Ao mencionar tal dado, ele pode impressionar o leitor de seu AP, já que o status profissional eleva a qualidade do produto, pois o emprego parece ser um critério de seleção na hora de escolher um parceiro. Portanto, é um dado importante o Anunciante ter uma fonte de renda.

Por fim, ele apresenta um passo não mencionado no trabalho de Coupland (1996), o qual diz respeito ao seu estado de saúde. O Anunciante enfatiza seu estado de saúde com o adjetivo excelente (*excellent*), afirmando não ser drogado e estar livre de doenças, inclusive da AIDS. A menção ao estado de saúde parece ser uma característica do grupo, uma vez que é uma forma de escapar do preconceito de serem os homossexuais, um grupo que, no passado, foi considerado de risco.

As informações apresentadas, no Exemplo 3, são uma amostra dos valores que Anunciantes acreditam ser relevantes para a autopromoção, visto que utilizam essas informações para construir o trecho do AP que lhes diz respeito. Esses aspectos evidenciam o significado ideacional do texto, pois cada passo do AP revela a representação das idéias e das experiências do Anunciante. Logo, ele imprime uma concepção de como vê o mundo a partir das escolhas, demonstrando como esse Anunciante entende uma relação.

Todas essas informações, contidas nos passos que configuram o movimento Anunciante, são um recurso para seduzir o Alvo e estabelecer uma relação. A utilização desses aspectos mostra o tratamento dado ao Alvo, que evidencia o significado interpessoal do texto, pois essa função da linguagem revela a relação que se estabelece entre os participantes.

Esta seção mostrou, em termos gerais, como o movimento Anunciante se configura em passos retóricos no meio online. Dessa forma, busquei mostrar como a análise das informações presentes no AP revelam os significados ideacional, interpessoal e textual nos textos do gênero. a) os significados ideacionais, através das informações revelam a experiência e as concepções do Anunciante, isto é, aparência física, personalidade, gostos e interesses; b) o significado interpessoal, a partir de como as informações acima apresentadas determinam a relação com o Alvo que esses Anunciantes projetam, isto é, de que maneira aparência física, personalidade, gostos e interesses são valorizados no texto; c) o significado textual, através da forma como o texto se organiza para que os outros significados possam se realizar.

Uma vez que demonstrei como se organiza o movimento Anunciante em termos de passos, na próxima seção, trato das escolhas lexicais que constituem esses passos e caracterizam o movimento Anunciante. O intuito é identificar recorrências de escolhas que mostrem quais valores recebem maior ênfase.

4.3.1.1 As escolhas lexicais para o Anunciante

Analisar um gênero discursivo é investigar a expressão verbal de uma CC. A expressão verbal é o que está dito ou escrito, são as escolhas lexicais feitas para o texto. Assim, esta seção mostra como os Anunciantes usam a linguagem, as palavras, especificamente, como recurso para se representarem, em seus textos, com o objetivo de conseguir um parceiro.

A descrição de si, bem como a descrição da pessoa desejada codificam fantasias pessoais e constituem uma forma generalizada de desejar (Shalom, idem:187). Assim, é possível verificar que as escolhas lexicais em APs são vagas e têm a função de causar boa impressão (Idem:ibidem). Além disso, a escolha por um termo expressa pontos de vista, isto é, o vocabulário utilizado

por quem escreve (nesse caso, o Anunciante) um texto evidencia suas experiências e visão de mundo (Figueiredo, 2000:43).

O movimento Anunciante foi categorizado em 5 passos: 1) aparência física, 2) traços da personalidade, 3) gostos e interesses, 4) status profissional e 5) estado de saúde (ver seção 4.3.1). Agora, as escolhas lexicais, para caracterizar o este movimento, encontram-se distribuídas dentro desses passos e apresentam categorias de classificação. Os APs apresentam nominalizações, adjetivos e expressões que caracterizam: a) personalidade, b) aparência física, c) status profissional, d) idade, e) estado de saúde, f) origem étnica e g) comportamento sexual. Os gostos e interesses não foram apresentados através de palavras que determinem características ou atributos dos Anunciantes, mas sim como atividades pelas quais os Anunciantes se interessam. Por essa razão, esse passo retórico será analisado detalhadamente na seção seguinte.

Idade, origem étnica e comportamento sexual não constituem passos no movimento Anunciante (ver seção 4.3.1), mas, como alguns textos apresentam escolhas referentes a essas características, idade é relevante na caracterização da aparência, e as escolhas para origem étnica e comportamento sexual recebem uma explicação particular que mostro a seguir.

Shalom (1997) determinou categorias (ver capítulo 2, seção 2.4) para descrever os atributos do Alvo, a partir da análise feita sobre os adjetivos que descrevem o movimento. São elas: 1) mentais, 2) afetivas, 3) relacionais ou sociais, 4) físicas, 5) materiais e 6) eróticas. Assim, procuro acomodar as escolhas lexicais dos passos retóricos dentro dessas categorias, bem como as escolhas para idade, origem étnica e comportamento sexual. É importante destacar que, nesta pesquisa, verifico não só adjetivos, mas todas as escolhas lexicais utilizadas nos textos para representar o movimento Anunciante.

O passo retórico estado de saúde não pode ser incluído em nenhuma das categorias de Shalom (Idem)e, para tanto, ele será considerado como uma nova categoria, a qual chamo 7) saúde. Nesse sentido, abaixo estão as

categorias e o que elas compreendem dentre os passos retóricos e as caracterizações acima mencionadas.

1) Mentais	personalidade
2) Afetivas	personalidade
3) Sociais ou Relacionais	personalidade
4) Físicas	aparência física e idade
5) Materiais	status profissional e origem étnica;
6) Eróticas	comportamento sexual
7) Saúde	estado de saúde

Como eu já havia apontado na página 35, os critérios de Shalom (Idem) para determinar tais categorias não são claros e dificultaram a determinação, por exemplo, das escolhas que compõem o passo retórico personalidade. Esse é um estágio do texto cujas escolhas lexicais podem ser classificadas em três categorias: Mentais, Afetivas e Sociais ou Relacionais. O comportamento sexual, assim como estado de saúde, não se encontra na pesquisa de Coupland (1996); no entanto, Shalom (Idem) determinou uma categoria específica (Erótica) para as escolhas que se referem a esse aspecto. Ao contrário do estado de saúde, o comportamento sexual não constitui um passo retórico no movimento Anunciante, pois é apenas uma informação mencionada entre as outras que não tem recorrência expressiva no textos, como se poderá ver mais adiante, na Tabela 6.

A seguir, a Tabela 6 apresenta as escolhas lexicais utilizadas na caracterização do Anunciante. Ao todo, foram registradas 316 ocorrências entre palavras e expressões que caracterizam o movimento Anunciante. Logo, organizei 5 escalas de ocorrência em todos os APs analisados (como mostra a coluna da esquerda na Tabela 6). As escolhas que aparecem apenas uma vez foram ignoradas e constam no Anexo 2. Todas as expressões asseguram características positivas, e a discussão revela os aspectos mais destacados

pelos Anunciantes, os quais contrastam ou confirmam o que foi previamente estabelecido nas pesquisas de Coupland (1996) e Shalom (1997).

TABELA 6 – Escolhas lexicais para o Anunciante

Ocorrência nos APs	Mentais	Afetivas	Sociais ou relacionais	Físicas	Materiais	Eróticas	Saúde
Acima de 10				good looking			
8 a 10					professional		
6 a 8		caring		blue eyes brown hair slim	white		
4 a 5	down to earth intelligent	kind	easygoing friendly genuine honest listener loyal outgoing sincere	fit			
2 a 3		affectionate funloving romantic warm	lonely adventurous quiet tolerant	athletic attractive average looking clean-cut handsome tall	successful Asian Caucasian	active straight acting	healthy HIV-

Em APs eletrônicos, ao observar a Tabela 6, é possível verificar o que Coupland (1996:194) havia apontado em sua pesquisa sobre os Anunciantes investirem significativamente na própria aparência como uma estratégia de venda (*selling strategy*), o que se pode notar na escolha lexical ‘bonito’ (*good looking*) que, ao todo, teve 14 ocorrências nos APs eletrônicos analisados, o maior número de ocorrências de uma mesma escolha lexical.

A questão da importância dada à aparência também é verificada no fato de que 16 Anunciantes apresentaram, em seus APs, medidas referentes ao peso e à altura, ocorrências que não foram colocadas na Tabela 6, porque ficaria inviável organizar medidas numéricas diferentes junto com as outras categorias de recorrências.

Outro aspecto da Tabela 6, o qual se refere à aparência física, é a tentativa do Anunciante de valorizar o rosto, ao descrever a cor dos olhos e do cabelo, assim como a cor da pele. Desta maneira, o leitor do AP pode imaginar

como é a expressão facial do Anunciante. Essa preocupação com a face é evidenciada no fato de que os Anunciantes podem disponibilizar uma foto (Ver capítulo 3.2) junto ao AP que, segundo informações do site One-and-only, obterá um número cinco vezes maior de respostas do que APs sem a foto recebem.

O número de ocorrências de algumas escolhas lexicais, que constituem a aparência física, determina um padrão de ênfase nos APs desta pesquisa. A frequência de escolhas, tais como 'olhos azuis' (*blue eyes*), 'cabelo castanho' (*brown hair*), 'branco' (*white*) e 'magro' (*slim*) sugere que há uma inclinação dos Anunciantes, que apresentam essas características, em considerar esses aspectos mais importantes. Basta observar as informações do formulário online, na seção 4.1, para verificar que não foram somente Anunciantes brancos, elegantes e com olhos azuis que escreveram os APs que compõem este corpus, mas também os que se encontram em outro perfil e parecem preferir enfatizar, em seus textos, outros aspectos de valorização, considerando, provavelmente, tal informação dada pelo formulário.

A escolha por características como 'olhos azuis' (*blue eyes*), 'cabelo castanho' (*brown hair*) e 'branco' (*white*) informam sobre as feições do rosto do Anunciante, fazendo com que o leitor possa ter uma idéia de como é a face de quem escreve o AP. Nesse sentido, essas informações parecem ser um complemento para as características do Anunciante oferecidas no formulário online (seção 4.1), ou seja, o leitor pode saber, ao observar o formulário, como é altura e constituição física do Anunciante e, ao ler o texto do AP, pode encontrar informações mais específicas como as feições do rosto, por exemplo.

A questão das etnias é um dado relevante neste trabalho, pois os Anunciantes tendem a informar este aspecto, mesmo já tendo sido apresentado no formulário online. Isso indica a importância que é dada por este grupo (homossexuais) para a aparência, ou seja, quando se caracterizam, usando palavras que se refiram a sua etnia, estão declarando que o modo como se parecem é uma preocupação. A ênfase dada a esses aspectos revela que é importante a etnia do outro (Alvo) e isso, portanto, pode ser uma forma

de discriminação. No momento em que destaca a origem étnica, o Anunciante está colocando-a como se ela fosse uma marca e, ao enfatizá-la, ele está valorizando essa marca.

Outra escolha em destaque, na Tabela 6, é o termo 'profissional' (*professional*) (9 ocorrências), o que destaca o valor dado ao status profissional do Anunciante. De acordo com Shalom (idem:199), essa escolha lexical parece reforçar a imagem positiva, tanto do Anunciante quanto do Alvo, pois esta informação reflete seu meio social.

Shalom (idem:200) destaca ainda que o status profissional é uma característica tipicamente utilizada nas descrições de heterossexuais masculinos em sua pesquisa. No entanto, o maior número de homossexuais e mulheres (heterossexuais) que utilizam expressões dessa natureza para se descreverem, mostra que eles parecem ser mais conscientes da importância dessa característica.

Como é possível observar, na Tabela 6, há muitas escolhas lexicais para a caracterização da personalidade. Porém, o termo de maior recorrência foi 'carinhoso' (*caring*) (6 vezes), que se refere a um aspecto afetivo. Isso indica que os Anunciantes, quando descrevem suas personalidades, parecem destacar que aspectos afetivos são mais importantes do que os mentais ou sociais e que carinho é um componente importante para se estabelecer uma relação, portanto, algo que deve ser destacado na personalidade de quem anuncia.

As escolhas lexicais, para o Anunciante, apontam para uma direção: valorizar a qualidade do produto (ver discurso de comodificação na seção 2.4.1). Nesta pesquisa, especificamente, essa valorização se dá através de um cuidado especial em descrever, mencionar aspectos referentes à aparência física, profissão e afeto, como se pode ver na Tabela 6.

Os dados, acima discutidos, representam o que os Anunciantes consideram necessário para estabelecer uma relação com o Alvo. Os APs promovem um produto na busca por alguém que o consuma. Assim, as escolhas lexicais também são uma forma de despertar a atenção para o

consumo desses produtos. Posso destacar que a aparência física é uma característica enfatizada expressivamente nos APs produzidos por homossexuais. Desde as informações mencionadas no formulário online que priorizavam aspectos da personalidade (altura, constituição física e origem étnica), até o termo 'bonito' (*good looking*) como a escolha com maior recorrência entre os termos utilizados para caracterizar os Anunciantes. Logo, é possível verificar que a ênfase dada à aparência parece ser uma peculiaridade dos homossexuais.

Na próxima seção, apresento os resultados sobre os gostos e interesses dos Anunciantes, revelados nos APs.

4.3.1.1 Cinema, viagens, música e amigos: o que gostam e pelo que se interessam os Anunciantes

Conforme mencionado anteriormente, (seção 4.3.1) o passo retórico gostos e interesses tem presença expressiva nos APs produzidos pelos Anunciantes desta pesquisa, pois 46 textos (73% dos Anunciantes da presente pesquisa) trazem características referentes a este passo. Assim, neste segmento, apresento, brevemente, o resultado da análise referente a tais características.

Coupland (1996:193), em seu estudo, não destacou os gostos predominantes dos Anunciantes de APs impressos, apenas apresentou, a título de ilustração, alguns interesses citados, entre os quais estão: música (*music*), cinema (*cinema*), cozinhar (*cooking*), vida caseira (*homelife*), viagem (*travel*). Nesse sentido, esses aspectos apontam o que, mais recorrentemente, as pessoas gostam de fazer e de informar para aqueles que podem vir a ser companhia em tais atividades.

Como discutido na seção 2.3, o indivíduo, no momento que conta sua história, está construindo a si, aos outros e ao mundo ao seu redor (Moita

Lopes, 1998b:67). Portanto, ao apresentar seus gostos e interesses, o Anunciante está construindo, além de si mesmo, principalmente, o Alvo que deseja. Logo, as atividades destacadas nesta seção são uma forma de dizer ao leitor o que eles (Anunciantes) gostam e o que o esperam que seus Alvos também apreciem.

As informações mais recorrentes sobre gostos e interesses dizem respeito aos tipos de atividades que os Anunciantes gostam de se engajar e foram agrupadas em categorias que determinei a partir da observação das recorrências dessas atividades. São elas:

Culturais: é uma categoria que envolve atividades que se referem a eventos culturais, tais como ir ao cinema, teatro, ópera, exposições de arte, musicais.

Afetivas: esta categoria diz respeito às atividades em que o Anunciante expressa sua subjetividade, falando do tempo que dedica para ficar em casa, sozinhos ou acompanhados, ou para cuidar de pessoas a quem estima.

Observei que alguns Anunciantes apresentavam interesse em ficar na companhia do namorado, somente os dois. Portanto, escolhi a expressão ficar junto (*spending time together*) para representar tal interesse e considerei as diversas maneiras de representar essa informação como se fossem o mesmo significado. Entre as expressões, posso destacar: noites calmas em casa (*quiet nights at home*), noites em frente à lareira (*nights in front of the fire*).

Sociais: Tal categoria engloba atividades que diferem das **culturais**, porque se refere à socialização com outras pessoas, especificamente. Nessa categoria, estão atividades como ir a boates, danceterias, restaurantes.

Esportivas: referem-se especificamente à prática de esportes e aos cuidados com o corpo.

A Tabela 7 contém a apresentação das categorias acima mencionadas, detalhando as atividades que compõem tais categorizações. O destaque é para o número dessas ocorrências nos APs que revelam os gostos e interesses dos Anunciantes da presente pesquisa. Os números na coluna das ocorrências não implica que todas as atividades que seguem na horizontal apareçam no mesmo

AP; eles apenas indicam quantas vezes determinada atividade é mencionada pelos Anunciantes.

TABELA 7 – Escolhas lexicais para gostos e interesses

Ocorrência nos APs	Culturais	Afetivas	Sociais	Esportivas
Acima de 20	movies/films/cinema			
14 a 15	music travels/trip			
12 a 13			stay with friends	
10 a 11	theatre	cooking	clubbing/clubs going/hanging out.	
8 a 9		spending time together	eating out	
6 a 7	reading		dinning out outdoors activities	
4 a 5		wine drinking	beach conversation/talk dancing people restaurants	swimming walking hike/hiking
2 a 3	cultural activities photography opera art musicals	(care of) animals have a laugh romance cuddling watching tv	bars driving pubs go to places	bicycling gym tennis work out

Muito embora aparência física seja uma característica para a qual os homossexuais dispensam muita atenção em seus APs, as atividades culturais são as preferidas desse grupo para representar seus gostos e interesses. Como mostra a Tabela 7, o interesse apontado mais freqüentemente pelos Anunciantes (23 ocorrências) se refere ao ato de ir ao cinema. Esse dado indica que esse evento cultural pode ser considerado a atividade mais comumente praticada, uma vez que metade dos Anunciantes que citaram gostos e interesses a mencionaram. Tal aspecto pode ser uma estratégia de atrair a atenção do leitor, pois ir ao cinema pode ser uma atividade atrativa para o leitor exatamente por ser comum. Nesse caso, evidencia-se o intuito de estabelecer uma conexão entre escritor (Anunciante) e leitor (Alvo) (Shalom, 1997:191).

Tal como cinema, o interesse por música (15 ocorrências) e viagens (14 ocorrências) demonstram que os Anunciantes, em geral, parecem ter um repertório de atividades fixo. Os interesses mencionados nos APs desta pesquisa não diferem dos mencionados na pesquisa de Coupland (1996).

Nesse sentido, cinema, música, gosto por cozinhar e viagens são interesses comumente mencionados pelos Anunciantes em seus APs.

Um dado divergente de Coupland (Idem) é o gosto por estar com os amigos (*stay with friends*). A companhia dos amigos é um interesse que teve 12 ocorrências nos APs e revela qual a atividade social mais praticada pelos Anunciantes. Esse dado indica que amizade é um elemento valorizado como forma de atrair a atenção do leitor e, principalmente, parece evidenciar uma característica peculiar dos APs homossexuais.

Ao analisar as escolhas mais recorrentes para caracterizar gostos e interesses, pude observar que atividades culturais, sociais e afetivas são as mais evidenciadas por um grupo que, predominantemente, preocupa-se com aparência física ao se caracterizar e que também utiliza tais gostos como uma forma de mostrar, aos seus possíveis candidatos a Alvo, o que eles potencialmente fazem e esperam desse Alvo. É importante destacar que as práticas esportivas tiveram baixa incidência nos APs, o que demonstra que as atividades enfatizadas remetem à interação no sentido de relacionar-se com o Alvo afetivamente, o que a prática de esportes pode não propiciar.

No próximo segmento do trabalho, discuto a questão da comodificação, ou seja, como esses Anunciantes se colocam como produto e quais as estratégias utilizadas para chamar a atenção dos leitores.

4.3.1.3 As características do produto: aspectos de comodificação

Como apontado no capítulo Revisão de Literatura, os APs são textos que apresentam um discurso semelhante ao de compra e venda de produtos, um discurso de comodificação, no qual o Anunciante é tratado como uma mercadoria a ser vendida. Este fato, aliado à gratuidade do meio eletrônico, possibilita ao Anunciante utilizar formas criativas para autopromoção e imprime

uma certa informalidade ao texto. Heberle (1994:141-2) destaca que a informalidade está aliada ao aspecto promocional.

As escolhas lexicais encontradas evidenciam construções: 1) semelhantes a propagandas de produtos, como casas ou utensílios domésticos, 2) que mencionam opiniões de outras pessoas para garantir a qualidade do produto.

Exemplo 4

[Anunciante 7] “good-looking, fun, smart, any way **the best boyfriend you can ever find**”

Exemplo 5

[Anunciante 4] “**I’m (...)** told handsome and **even cute at 36.** (...) Totally **Masculine**

Exemplo 6

[Anunciante 21] “I have gray temples and **have been told** nice **thighs** and **buns**”

Exemplo 7

[Anunciante 44]“**people say that** I am good looking but that is up to you to decide!”

Exemplo 8

[Anunciante 56] “**Friends say I’m** ‘well travelled, urbane and sometimes a bit bookish’

Exemplo 9

[Anunciante 58] “**I’m told** I have a dry sense of humour”

Os Exemplos 4 a 9 referem-se, especificamente, à aparência do Anunciante. Há uma forma de invocação da autoridade de outra pessoa com o intuito de garantir a qualidade do produto. Estruturas como “*I’m told..*”, “*I (...)* *have been told...*”, “*people say...*” indicam a qualidade do produto que, exceto Exemplo 4, parece já ter sido ‘testada’ e ‘aprovada’ por outra pessoa.

Alguns APs apresentam, na maneira como são escritos, expressões criativas que tornam o atributo, ao qual se refere, um produto cuja aquisição é de uso prático que dispensa manuais de explicação.

Exemplo 10

[Anunciante 33] “I am 5! 7” tall with 8” **ready to use**”.

A expressão *with 8” ready to use* se refere ao tamanho do pênis (8 polegadas) do Anunciante. Isto indica que entre as características da aparência que são enaltecidas, o tamanho do órgão genital é também uma característica que pode atrair a atenção do Alvo, ainda que não seja uma característica comum entre os outros Anunciantes. ‘Pronto pra usar’ (*Ready to use*) sugere que o produto não apresenta nenhum problema, está pronto para ser consumido e é o que o Anunciante considera, provavelmente, um dos seus melhores atributos, visto que enfatiza tal informação no seu AP. Esse aspecto confirma o que Heberle (1997:60), em sua análise dos EWMs, apontou sobre as escolhas lexicais servirem como uma estratégia persuasiva para chamar a atenção dos leitores, pois o Anunciante usa a expressão ‘pronto pra usar’ como uma forma de despertar o interesse do leitor e persuadi-lo a entrar em contato.

Exemplo 11

[Anunciante 10] “**A few things I have to offer:** A good listener, a genuine interest in and support for your goals and dreams, great massage, respect for feelings, and enough space to be your own person”.

O Exemplo 11 apresenta uma estrutura semelhante à de venda de um eletrodoméstico em que há uma listagem das qualidades apresentadas pelo seu uso, as quais esclarecem detalhes sobre as vantagens e facilidades que o produto pode oferecer. Uma máquina de lavar, por exemplo, ao ser anunciada, terá uma lista minuciosa de qualidades para convencer o consumidor de que é a melhor.

Exemplo 12

[Anunciante 33] “Looking to date an emotionally and spiritually grounded man? **That’s me!**”

No Exemplo 12, o consumidor é tratado como se necessitasse de solução para um problema, o qual o Anunciante sabe como resolver. Nesse sentido, o AP se torna semelhante ao anúncio de venda de um carro, pois um produto desse tipo normalmente soluciona um problema geral. A expressão “*That’s me*” expressa uma idéia de solução, como se o consumidor Alvo estivesse à procura de um carro de bom desempenho, novo e acabasse de resolver a situação.

Exemplo 13

[Anunciante 60] “London. **1958 model**. active chunky guy”.

No Exemplo 13, o Anunciante encontrou uma maneira de falar sua idade de forma a lembrar o anúncio de um carro. Uma forma de valorizar o produto, fazendo-o parecer uma raridade. A simples menção da idade não seria uma forma tão criativa de chamar a atenção do leitor, mesmo porque ela está disponível na página eletrônica do AP.

Exemplo 14

[Anunciante 57] “I am coming from a **respectable** family

”

No Exemplo 14, a propaganda está na marca do produto. Como se a origem familiar fosse uma garantia de qualidade do que está sendo oferecido. O Anunciante utiliza um artifício, pois acredita que seu possível consumidor irá valorizar a procedência familiar como um fator diferencial. Este dado também indica que ele, enquanto consumidor, valorizaria a marca do produto.

Os Exemplos apresentados, nesta seção, mostram resultados de uma análise sobre as marcas de comodificação nos APs eletrônicos. Assim como as propagandas, os APs têm um caráter promocional, em que o produto, no caso, a pessoa que está se promovendo, destaca aspectos que considera interessantes para despertar o interesse do público-alvo, caracterizando a autopromoção presente neste gênero (Coupland 1996:188).

Na próxima seção do trabalho, dando prosseguimento à análise dos elementos constituintes do GSP, descrevo o movimento retórico Busca.

4.3.2 Busca

O movimento retórico denominado **Busca** é um elemento obrigatório na GSP do gênero e aparece em 59 dos textos (94%). Ele é curto, caracterizado por um sintagma verbal que é complementado por um sintagma nominal que, normalmente, descreve o Alvo ou introduz o objetivo do AP.

Exemplo 19

[Anunciante 2] (...) **[B]** I would love to meet **[Ao]** some new people (...)

Dentre os sintagmas verbais mais recorrentes no movimento, destaca-se a expressão procurando por (*looking for*) presente em 35 textos (56%). Há variações, tais como *to seek*, *looking to date*, *to meet*, *would like to meet*, *in search of* que aparecem com baixa recorrência (não mais do que duas vezes). Dentre os processos verbais recorrentes, nesse movimento, estão *to look*, *to meet*, *to seek*, *to search*.

Os Exemplos de 20 a 24 ilustram a característica de inter-relação entre Busca e Alvo.

Exemplo 20

[Anunciante 4] (...) **[B]** Looking for **[Ao]** quality guys (...)

Exemplo 21

[Anunciante 10] (...) I'm a Caucasian male **[B]** in search of **[Ao]** a friendly Asian male (...)

Exemplo 22

[Anunciante 31] (...) Ultimately **[B]** looking for **[Ao]** 'THE'1-to-1 relationship (...)

Exemplo 23

[Anunciante 37] (...) **[B]** looking to meet **[Ao]** black or mixed race guys in London or US
(...)

Exemplo 24

[Anunciante 40] (...) **[B]** I'd like **[Ao]** a mature man (...)

Apenas quatro APs não apresentam explicitamente o movimento Busca, mas o gênero AP tem por objetivo central a busca (Shalom 1997:186), isto é, mesmo não estando escrito no texto, através de um sintagma verbal e de seu complemento, ele está implícito.

O Exemplo 25 ilustra a falta de explicitação do movimento Busca.

Exemplo 25

[Anunciante 3] **Me:** HIV+, athletic, sense of humor, good looking, very easy going. Smoke, don't drink. I enjoy playing Softball, and Pool. I am very active and outdoorsey.

You: Must be HIV+, and good looking. I don't mind if you drink(occasionally, or often, but not to excess). Somewhere between the ages of 21 and 40.

Não há um sintagma verbal seguido de um nominal indicando que o Anunciante 3 está buscando por alguém, mas existem sinais implícitos de que existe esta procura, pois, se o AP tem o objetivo de estabelecer uma relação, as escolhas eu (Me) e você (You) indicam que há um Anunciante buscando por um Alvo. Essa busca também é perceptível ao observar o verbo modal *must*, que expressa a obrigação de como deve ser o Alvo.

A seguir, passo a tratar do movimento Objetivo, um dos componentes do GSP do gênero AP.

4.3.3 Objetivo

Nesta seção, destaco outro movimento obrigatório do gênero AP, o Objetivo. Esse movimento expressa a finalidade para a qual o Anunciante produz um AP. Em geral, o Objetivo mostra a finalidade da procura por um parceiro, para namoro ou amizade. Nesse sentido, todos os Anunciantes, de alguma forma, apresentam-no de maneira implícita em seus textos.

Nesta pesquisa, 38 textos (60%) apresentam o Objetivo do anúncio por escrito. No Exemplo 26, o Anunciante busca o homem certo (o príncipe encantado) para uma relação estável.

Exemplo 26

[Anunciante 38] My Name is mark and i'm 28 years old looking to meet men **to find my Mr Right for a one to one relationship** should it happen. (...)

Por outro lado, no Exemplo 27, o Anunciante explica que apenas quer sair e se divertir.

Exemplo 27

[Anunciante 2] (...) I would love to meet some new people and **make** some great **new friends** (...) I just **want to go out and have fun** with someone (...)

No Exemplo 28, o Anunciante demonstra que seu Objetivo não está definido, isto é, ele quer tanto namoro como amizade. Ele almeja um encontro que tanto pode evoluir para um relacionamento estável ou para uma amizade. Assim, o objetivo do AP é procurar por uma relação que só poderá ser determinada claramente, como namoro ou amizade, a partir do contato pessoal entre Anunciante e Alvo.

Exemplo 28

[Anunciante 8](...) I'm looking for is **date, possibly LTR**⁸ later, or **just friend** with guys around my age (...)

⁸ Long term relationship – relação estável

Há ainda o Exemplo 29, que revela uma Anunciante cujo Objetivo é compreendido pelo fato de que existe um Anunciante que procura por um Alvo com características idênticas. Dessa forma, o AP visa estabelecer uma relação entre Anunciante e Alvo, que somente poderá ser definida se houver uma resposta, pois o texto não revela uma intenção clara por namoro ou amizade.

Exemplo 29

[Anunciante 45] Im an 18 year old performing arts student in the Essex area who is looking for someone who is roughly the same age. Im 6ft slim with dark brown hair, and been told good looking. I like to go our clubbing and having a laugh, im really into the theatre.

Im looking for someone in the same area who is also fun to be with and isnt shy about having a laugh! Im really into chart music as well as garage, especially steps!! If you like what you read contact me.

Assim, a clareza do Objetivo, nos APs eletrônicos, parece ser um ponto que merece atenção. Pois, dentre os 63 textos, posso verificar uma variação entre duas polaridades definidas, as quais seriam namoro ou amizade. Logo, há Objetivos, como o do Anunciante 45, que não apresenta dados concretos sobre o tipo de relação a ser estabelecida, ou como o Anunciante 8, cujo Objetivo é um processo gradativo, que requer um encontro a partir do qual a relação pode evoluir para um namoro ou para uma amizade. Nesse sentido, alguns objetivos parecem evidenciar que os Anunciantes utilizam estratégias para levar os leitores de seus textos a um contato, inicialmente eletrônico, através de um e-mail, e, posteriormente, a um encontro real.

Dessa forma, nesta pesquisa averigui os Objetivos a partir das escolhas lexicais que evidenciam o tipo de relação que os Anunciantes buscam em seus APs, o que, por sua vez, indica o perfil desejável para o Alvo.

Na seção seguinte, apresento uma análise de como está caracterizado o Alvo dos APs desta pesquisa.

4.3.4 Alvo

Apresento, nesta parte do trabalho, as considerações sobre o movimento retórico Alvo, bem como uma discussão sobre as escolhas lexicais para a caracterização desse movimento.

O Alvo caracteriza-se pela descrição de como deve ser a pessoa por quem o Anunciante procura. Da mesma forma descrita no trabalho de Coupland (1996), os textos predominantemente apresentam caracterizações dos indivíduos através de valores que se referem a atributos físicos ou da personalidade. Nesse sentido, o Alvo se organiza em torno dos passos 1) aparência, 2) personalidade e também, o 3) estado de saúde, porém com baixa recorrência. Os gostos e interesses do Alvo não são mencionados nos textos, e o seu status profissional quando mencionado não é de maneira explícita (ver na seção 4.3.4.1 a discussão sobre o termo 'inteligente') ou a recorrência não é expressiva.

Os Exemplos 30 e 31 ilustram como são feitas algumas caracterizações do Alvo.

Exemplo 30

[Anunciante 11] (...) I'm attracted to Caucasian men with a youthful appearance (age 30-45) slim to average build, with a great sense of humor. (...)

Exemplo 31

[Anunciante 55] (...) Seeks similar, intelligent, clean-living, honest, caring, masculine male 26 - 36yrs for friendship hopefully leading to a long-term relationship. (...)

Determinar a idade, ou pelo menos, uma faixa etária, é outro elemento recorrente no movimento Alvo. Vinte e três textos (37%) apresentam alguma referência a essa característica.

Exemplo 32

[Anunciante 18] (...) looking to meet other interesting gay asian people, especially guys who are **older than me**. (...)

Exemplo 33

[Anunciante 29] (...) So if you think 'it's about time' too, and your **between 28 and 40**, intelligent, attractive and have some of the same interests (...)

Exemplo 34

[Anunciante 59] (...) Ideally I'm looking for a partner **under 27** as I get on better with younger people (...)

O exemplo 35 mostra como a idade é um elemento importante na Busca por um parceiro e que determina, implicitamente, o valor dado à juventude, evidenciando um discurso com marcas de preconceito.

Exemplo 35

[Anunciante 13] Hello, and thanks for taking time to read my ad. **If you trust that "age is a matter of mind,"** and are someone who likes the company of **another who may be older in age, but is as young as you in heart**, then we let's chat. ISO someone between **ages 30-45** to meet, date, and perhaps have a LTR.

Age: 59

Heritage: Caucasian (white)

Height: Average

Build: Average

I do not smoke and I do not have children

Occupation: Manager for nat'l assoc

No exemplo 35, o Anunciante usa argumentos que colocam a idade como uma questão sem importância num relacionamento, como se pode ver no trecho “se você acredita que idade é uma questão de cabeça’ (*if you trust that age is a matter of mind*). Em seguida, ele, mais uma vez, apresenta garantias para sua tese dizendo ser velho na idade, mas jovem como o Alvo no que se refere ao coração, ou seja, até então, idade é uma questão que parece mero detalhe, ele tem uma certa idade, mas a juventude que vale é a interior. A despreocupação se mostra falsa quando ele define a faixa etária que gostaria que o Alvo tivesse, entre 30 e 45 anos de idade, sendo que sua idade é 59

anos, como informa o formulário online. Essa exigência invalida seus argumentos de que idade não é importante e a que vale é a idade do coração, pois, se assim fosse, ele não discriminaria a faixa etária para o Alvo. Ou então, ele não deveria ter apresentado uma faixa etária inferior a sua, já que ele considera idade uma ‘questão de cabeça’. Esse dado enfatiza a importância que os Anunciantes dão à idade do Alvo.

Ocorrem casos, como no Exemplo 36, em que o Anunciante sugere que é essencial um energia positiva e saudável na forma de se encarar a vida. Esta característica se constitui em atributo exigido em relação ao seu Alvo. O mesmo ocorre no Exemplo 37, no qual o Anunciante 58 busca um parceiro que persegue o que a vida tem de melhor para oferecer sem “ficar sentado olhando a vida passar” (*not sit back while life drifts by*). Dentre o total de textos, 14 APs (22%) sugerem como o Alvo deve enfrentar a vida.

Exemplo 36

[Anunciante 10] (...) I'm mostly attracted to guys on the slim side, 20-40, Asian or mix. **A healthy, positive-energy outlook on life is essential.** (...)

Exemplo 37

[Anunciante 58] (...) I'm looking for a guy **who's determined to grab what life has to offer them and not sit back while life drifts by.**(...)

Dentre todos os Anunciantes, apenas 7 caracterizam seu Alvo em termos de características indesejadas. Os Exemplos 38 e 39 ilustram tal aspecto.

Exemplo 38

[Anunciante 9] (...) looking for someone cool to hang with. Preferably **someone who is not obsessed with** Britney Spears, madonna, Macy's, and clubbing. no judgment, (...)

Exemplo 39

[Anunciante 60] (...) I **dont like** any tattoo's on your body (...)

Como mencionado anteriormente, na seção 4.3.1, os Anunciantes investem na própria aparência como uma estratégia de venda, mas priorizam, em seus Alvos, aspectos da personalidade (Coupland, 1996:194). Aparência e personalidade são valores muito destacados na descrição do Alvo em APs heterossexuais, mas a personalidade predomina sobre a aparência (Idem:ibidem). Da mesma maneira, nos APs eletrônicos, o Alvo tende a ser caracterizado por qualidades físicas e da personalidade, sendo que essas últimas são priorizadas. Assim, tanto no meio eletrônico quanto no impresso, a valorização de aspectos da aparência física, para o Anunciante e aspectos da personalidade, para o Alvo, se mantêm no gênero AP.

Portanto, o Alvo em APs eletrônicos é um movimento do qual posso concluir que: 1) a personalidade é mais enfatizada do que a aparência física, 2) a idade é um elemento destacado em 37% dos textos que evidencia uma forma de enfatizar a preocupação dos Anunciantes com a aparência do Alvo, 3) alguns APs apresentam características indesejadas no Alvo.

A ênfase dada para a personalidade do Alvo será melhor observada na seção em que trato das escolhas lexicais para o Alvo. Assim, nesta seção, mostrei como se organiza o movimento Alvo nos APs eletrônicos. Na próxima, analiso as escolhas lexicais utilizadas para descreverem o Alvo dentro das categorizações estabelecidas.

4.3.4.1 As escolhas lexicais para o Alvo

Assim como na análise das escolhas lexicais para o movimento Anunciante, o Alvo segue as mesmas categorias encontradas por Shalom (1997) (ver capítulo 2, seção 2.4) para a análise das escolhas que o caracterizam. Nesse sentido, o movimento apresenta caracterizações para a) personalidade, b) aparência, c) status profissional, d) origem étnica e e)

sexualidade. Dessa forma, as categorias são mencionadas abaixo juntamente com o que elas caracterizam.

1) Mentais	personalidade
2) Afetivas	personalidade
3) Sociais ou Relacionais	personalidade
4) Físicas	aparência física
5) Materiais	origem étnica
6) Eróticas	comportamento sexual

Houve um total de 208 ocorrências das escolhas lexicais referentes ao Alvo. As escolhas utilizadas em cada categoria se organizam da seguinte forma: 93 para personalidade, 55 para aparência física, 18 para origem étnica, 17 para idade e 03 para o estado de saúde. É importante destacar que aparência, idade, etnia e estado de saúde foram interpretados como projeção da imagem desse Alvo em termos de aparência física. E ainda, as escolhas para idade e estado de saúde não têm uma palavra ou expressão que seja recorrente, ou seja, cada uma das 17 ocorrências para idade, por exemplo, se referem a uma idade ou faixa etária específica (para maiores esclarecimentos, ver Anexos 3).

É possível observar que há um apelo à masculinidade, pois os dados apresentam expressões como: masculino, ainda que sensível (*masculine yet sensitive*), masculino (*masculine*), não afeminado (*not fems, not ladylike*). Essas características apontam que o Alvo deve ter comportamento que não sugira características atribuídas às mulheres (*not fems, not ladylike*). Tal idéia é destacada na expressão masculino ainda que sensível (*masculine yet sensitive*), isto é, o Alvo deve ser masculino ainda que sensível, como se sensibilidade não fosse um atributo masculino também.

A Tabela 8 apresenta as escolhas mais recorrentes para definir o Alvo. No entanto, as caracterizações da idade e estado de saúde não constam nesta

tabela, pois somente considereei as ocorrências que aconteceram mais de uma vez, o que não incluiu as escolhas feitas para essas duas categorias.

TABELA 8 – Escolhas lexicais para o Alvo

Ocorrência nos APs	Mentais	Afetivos	Sociais ou relacionais	Físicos	Materiais	Eróticos
6 a 8	intelligent		honest sincere		the same	
4 a 5		caring	funny	fit good looking slim	similar Black	active
2 a 3	grounded mature	kind romantic	affectionate friendly genuine	athletic attractive independent masculine	Asian Latino white Caucasian	sexy

Coupland (1996:194) aponta que os traços da personalidade do Alvo são priorizados pelos Anunciantes e, como é possível observar, os APs analisados nesta pesquisa confirmam a proposição de Coupland (Idem:ibidem). A personalidade do Alvo é valorizada nos aspectos **Mentais** e **Sociais** ou **Relacionais**. Houve 8 ocorrências para o termo ‘inteligente’ (*intelligent*), 6 para ‘honesto’ (*honest*) e ‘sincero’ (*sincere*). Nesse sentido, os dados destacam que o Alvo da Busca dos APs eletrônicos de homossexuais deve apresentar um caráter íntegro e verdadeiro, pois honestidade e sinceridade são aspectos valorizados por esses Anunciantes na hora de procurar por alguém para estabelecer um relacionamento.

Quanto à palavra ‘inteligente’ (*intelligent*), Shalom (1997:199-200) afirma ser esse um termo que enfatiza o status profissional, pois é uma escolha pertencente a uma ‘rede semântica’ (*semantic network*⁹) que evidencia a classe social e o estilo de vida da pessoa. Essa escolha demonstra que o Anunciante deseja encontrar um parceiro cujo intelecto se destaque entre suas outras qualidades.

Conforme a Tabela 8, os atributos físicos destacam um padrão de aparência. As recorrências apontam para um Alvo que seja ‘bonito’ (*good-*

⁹ A tradução foi feita sobre o termo utilizado por Shalom (1997).

looking), ‘magro’ (*slim*) e ‘em forma’ (*fit*) e sugerem uma maneira de ditar ao leitor um padrão de beleza, pois aqueles que não estiverem dentro das características mencionadas não serão Alvos em potencial.

Outro aspecto identificado, na Tabela 8, é a presença de termos, tais como ‘o mesmo’ (*the same*) e ‘semelhante’ (*similar*) na caracterização do Alvo. As duas expressões são uma variação do mesmo significado que busca um Alvo muito parecido consigo ou igual. Houve 7 ocorrências para ‘o mesmo’ (*the same*) e 5 para ‘semelhante’ (*similar*), o que totaliza 12 ocorrências para descrever o Alvo.

Shalom (Idem: 196) afirma que a escolha ‘similar’ é mais comumente usado pelos homossexuais masculinos e requer uma interpretação cuidadosa por parte do leitor, porque sempre faz uma referência anafórica ao Anunciante. Os Exemplos 40 e 41 ilustram esse aspecto.

Exemplo 40

[Anunciante 4] I'm a very **cleancut** guy (...) told **handsome** (...) **totally masculine, centered** and hoping to meet someone **similar**.

Exemplo 41

[Anunciante 10] (...) I'm pretty **affectionate** and **cuddly**, and like **the same** in another person.

A palavra ‘semelhante’ (*similar*), no Exemplo 40, refere-se às características ‘correto’ (*cleancut*), ‘bonito’ (*handsome*), ‘masculino’ (*masculine*) e ‘centrado’ (*centered*), ou seja, o Alvo deve ser como o Anunciante. O mesmo ocorre no Exemplo 41, em que a expressão ‘o mesmo’ (*the same*) se refere aos atributos ‘afetuoso’ (*affectionate*) e ‘aconchegante’ (*cuddly*), que são características do Anunciante. Dessa maneira, essas escolhas evidenciam o que Shalom (Idem:ibidem) destaca sobre o uso do termo *similar* implicar uma ligação entre o Anunciante e o Alvo, isto é, os dois devem ser muito parecidos.

Shalom (Idem:ibidem) aponta ainda que esses termos podem se referir explicitamente à orientação sexual gay. Isto, provavelmente, pelo fato de que, no meio impresso, os APs homossexuais e heterossexuais são apresentados

misturadamente numa mesma seção do jornal ou revista. Assim, os Anunciantes por terem seus textos dispostos independente de orientação sexual, definem no texto a sua orientação para facilitar a busca do leitor. No meio eletrônico, a busca pelos textos é direcionada pelo *site* e o leitor define a orientação sexual que procura antes de ter acesso aos textos. É uma característica do *site* One-and-only (ver Capítulo 3) direcionar a busca pelos APs. Dessa forma, o Anunciante tem consciência, ao publicar o seu AP, de que seus leitores-alvo estarão buscando por textos produzidos, especificamente, por homossexuais. Logo, as escolhas ‘semelhante’ (*similar*) e ‘o mesmo’ (*the same*) indicam, provavelmente, que o Anunciante, de APs eletrônicos, procura por um Alvo que tenha as mesmas características e preferências, contrariando o argumento de Shalom (Idem) que justifica esses termos, corretamente, para o meio eletrônico, porém, muito embora ele não se aplique ao meio eletrônico.

A idade do Alvo é determinada por faixas etárias, tais como: entre 20 e 42 (*between 20-42*) ou (26-36), e também em relação à idade do Anunciante, ‘próximo à minha idade’ (*around my age*). Um outro foco de interesse, para as escolhas de vocabulário, diz respeito ao estado de saúde do Alvo, já que este deve estar conforme o do Anunciante, isto é, a busca por um parceiro portador ou não do vírus está diretamente relacionada ao fato de o Anunciante ser ou não portador também. A preocupação com a origem étnica de quem procuram, como já apontado, enfatiza o fato desses Anunciantes estarem valorizando a aparência do Alvo. Por fim, a sexualidade é uma caracterização que Anunciantes não se preocuparam em mencionar em relação a si mesmo, mas demonstram interesse sobre a do parceiro. Há marcas que evidenciam a sexualidade do Alvo, pois definem os papéis de cada um no ato sexual da relação que se procura: ativo (*straight acting*) ou passivo (*passive, big bottom*).

Nesta pesquisa, os Anunciantes investigados procuram caracterizar aquilo que buscam em alguém para estabelecer uma relação, destacando traços da personalidade e semelhanças. Em relação aos contrastes com as escolhas lexicais, para construir o Anunciante, verifico o que Coupland

(1996:194) apontou sobre os Anunciantes darem ênfase as suas aparências e valorizarem a personalidade da pessoa que buscam.

A seguir, dando continuidade à análise dos movimentos retóricos que constituem o GSP do gênero AP, apresentarei as considerações feitas sobre o Comentário.

4.3.5 Comentário: uma característica do meio eletrônico

Comentário é o movimento que, neste estudo, mais difere da pesquisa de Coupland (1996). Segundo a autora (Id:194), muito embora, nesse movimento, haja oportunidade de fuga da estrutura convencional do gênero, apenas 02 Anunciantes da sua pesquisa incluíram o Comentário em um universo de análise de 100 textos. Nos 63 APs eletrônicos da presente pesquisa, 54 homossexuais acrescentaram algum tipo de comentário aos seus textos. Em termos percentuais, isto equivale a 86% dos textos coletados. Isso significa que o meio eletrônico, por ser gratuito, propicia, aos Anunciantes, a liberdade de se expressarem com mais subjetividade em meio à linguagem formulaica dos APs.

O comentário dá um caráter de informalidade ao AP, sugerindo que o texto é um diálogo entre o Anunciante e seu interlocutor. Nesse sentido, essa informalidade é uma estratégia de aproximação do leitor, visto que uma característica dos anúncios de compra e venda de produtos é conquistar a confiança do leitor. Assim, os APs são textos com caráter de conversa informal, possibilitando ao cliente sentir-se mais à vontade.

Um tipo de comentário encontrado é o que suscita a imaginação de como as coisas podem vir a ser ou acontecer no futuro, caso haja um contato pessoal entre Anunciante e Alvo.

Exemplo 42

[Anunciante 40] (...) You might be curious and only **wanting a sexual connection**, but I am easygoing. **Would like to satisfy and tease**, maybe **putting lingerie on** for an evening or something similar that you might like. (...)

O Comentário do Exemplo 42 mostra um Anunciante que deseja usar lingerie no intuito de satisfazer e provocar seu possível Alvo, sugerindo que haverá um relacionamento entre ambos.

Alguns Anunciantes fazem um apelo e, até mesmo, uma exigência de troca de fotos com o Alvo, o que sugere uma tentativa de se certificar da aparência física deste. Alguns pedem fotos, outros as oferecem para que ambos possam se certificar da aparência física descrita no AP. Os Exemplos 43 e 44 mostram esse tipo de Comentário.

Exemplo 43

[Anunciante 10] (...) **Photo** exchange before meeting....pls (...)

Exemplo 44

[Anunciante 33] (...) New **photo's** about to be taken will be available very shortly (...)

O tipo de Comentário mais recorrente vem na forma de pedido de contato e agradecimento pela leitura do texto. O Exemplo 45 ilustra essa forma de comentário.

Exemplo 45

[Anunciante 38] (...) so if i sound what your looking for the **contact me.. Thanks for** viewing my site... (...)

Um outro diferencial deste estudo em relação à pesquisa de Coupland (1996) é que os textos eletrônicos são gratuitos enquanto que os impressos analisados por Coupland (1996) tinham de ser pagos de acordo com o número de palavras. Por essa razão, ao produzir um texto eletrônico, o Anunciante tem certa liberdade para escrever sem ter que limitar o número de palavras. O

contexto eletrônico, portanto, facilita a expansão do AP na forma do movimento Comentário, contribuindo com componentes de singularidade e subjetividade.

O Comentário é um movimento retórico iterativo, que pode ocorrer em qualquer ponto do AP mais de uma vez. Nesse sentido, ele não é uma parte fixa no texto como os demais. Essa capacidade indica o Comentário como uma porção explicitamente avaliativa do AP, pois qualquer um dos outros movimentos, como o Anunciante ou o Alvo, pode ser apresentado com comentários que estabeleçam uma aproximação com o leitor.

No Exemplo 46, o Anunciante apresenta seus interesses e gostos, comentando-os.

Exemplo 46

[Anunciante 1] (...) My interest are; Music, **I love any kind of music. better if I can dance to it. Dance; of course I just explained that.** Beautiful places, people and things. Flowers; **Roses are my favorite.** Movies; **I like to rent movies or go to them** (...)

Os termos em negrito referem-se aos Comentários feitos sobre o gosto pela música, por flores e por cinema. Os Comentários são complementos que explicam o gosto por qualquer tipo de música e a preferência por rosas.

A gratuidade do meio eletrônico propicia, portanto, que as informações apresentadas nos textos não sejam listas estanques de atributos do Anunciante ou do Alvo. O texto é organizado de forma que a criatividade do Anunciante possa ser aproveitada para produzir APs com construções, até certo ponto, singulares a respeito do produto em questão.

Essas considerações feitas a respeito do movimento retórico Comentário servem para promover e destacar a diferença entre APs impressos e eletrônicos. Os textos divulgados na Internet são gratuitos e, por essa razão, o movimento se torna recorrente e iterativo, aparecendo na maioria dos APs e em qualquer parte do texto.

Na próxima seção, destaco o último dos seis movimentos retóricos constituintes da estrutura do gênero AP, a Referência.

4.3.6 Referência

O movimento retórico Referência é um dos movimentos obrigatórios do GSP, pois ele é a possibilidade que Anunciante e Alvo têm para passar a um contato real. O Exemplo 47 demonstra como a Referência é apresentada no AP eletrônico.

Exemplo 47

[Anunciante 1] [Click here to respond to this ad Mailbox: 1665283](#)

Este movimento está sempre disposto no fim do texto. Assim, após a leitura do AP, um possível interessado deve clicar sobre o link e poderá enviar uma mensagem, estabelecendo um contato com o Anunciante.

Cada um dos APs eletrônicos tem um número que corresponde a uma caixa postal eletrônica. Logo que algum interessado escreve uma mensagem, ela é enviada para a caixa postal do AP. O provedor do site se encarregará de enviar a mensagem para o endereço de e-mail do Anunciante.

Assim, o movimento Referência é também o último estágio do AP, pois ele é utilizado somente quando o Anunciante produziu um AP no qual a caracterização feita sobre ele e sobre o Alvo encontrem um leitor que se identifique com o conteúdo que leu, passando, assim, a um contato futuro.

Assim, na próxima seção, apresento os perfis que os Anunciantes constroem a partir da relação existente entre as escolhas lexicais para os movimentos Anunciante e Alvo, bem como suas escolhas para expressar sua Busca ou Objetivo nos APs. O objetivo, dessa última parte do texto, é mostrar quem são esses Anunciantes através do que buscam, uma vez que a função da linguagem, no gênero AP, é conquistar um parceiro para algum tipo de relacionamento.

4.4 O perfil dos Anunciantes no meio eletrônico: o Objetivo do AP evidenciando o tipo de relação

Até este ponto do trabalho, apresentei a configuração dos movimentos retóricos tendo como referência o estudo feito por Coupland (1996) e verifiquei em que medida e de que forma eles se alteram em APs eletrônicos. Nesta seção do texto, pretendo trazer os resultados referentes à investigação das escolhas lexicais feitas nesses movimentos e como essas escolhas determinam perfis de representação.

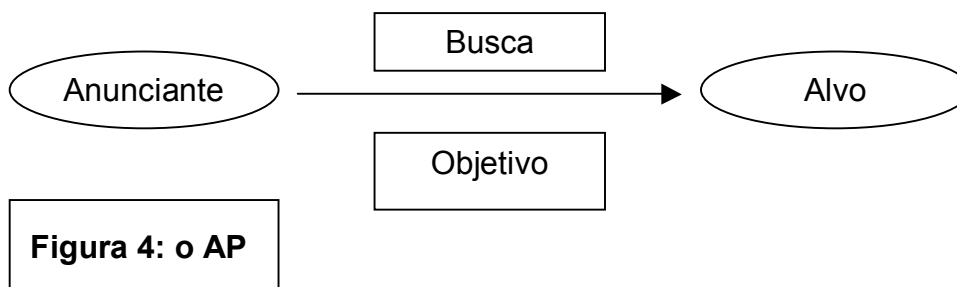
Partindo do princípio de que o AP é um gênero cuja função é estabelecer relacionamento entre pessoas e o papel da linguagem é seduzir, as representações se constroem a partir do Objetivo do AP. Os textos são um conjunto de escolhas lexicais que constituem os movimentos retóricos do gênero. Essas escolhas permitem a análise do discurso desses Anunciantes, isto é, o léxico é uma marca que permite identificar o discurso dos Anunciantes. O discurso é uma forma de ação social, é o uso da linguagem como prática social (Fairclough, 1992). As pessoas constroem a si e aos outros no discurso (Moita Lopes, 1998b), portanto a forma como essas pessoas se representam nos APs pode ser evidenciada nos seus discursos. Tal representação pode ser investigada através da análise do texto que promove alguém na busca por um parceiro.

Conforme indicado no capítulo de Revisão de Literatura, podemos investigar as mensagens ideológicas presentes num texto através da análise de suas escolhas lexicais (Figueiredo, 1994:135). A maneira como as pessoas são classificadas ou nomeadas é sempre ideologicamente importante para determinar papéis sociais (Caldas-Coulthard, 1994:118).

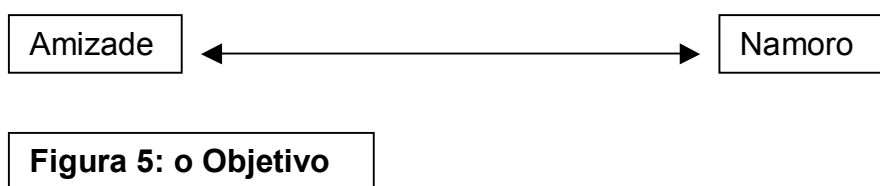
O objetivo de um AP varia de namoro (como relação estável) a amizade (como relação afetiva sem compromisso). Os 63 Anunciantes desta pesquisa

apontaram seus Objetivos ao publicarem seus APs e é a partir desses objetivos que verifiquei os perfis dos Anunciantes nesse evento de uso da linguagem.

A Figura 4 mostra a relação entre Anunciante, Alvo, Busca e Objetivo



Conforme mostra a figura 4, ao escrever um AP, o Anunciante busca por um Alvo, que é uma pessoa cuja representação segue uma série de pré-requisitos. Por trás dessa busca, existe o objetivo de estabelecer um relacionamento que fica entre duas polaridades, como mostra a Figura 5



Os dados mostram que entre amizade e namoro existe uma série de interpretações para os termos que definem o que os Anunciantes buscam com o AP. Assim, a determinação dos perfis baseia-se no tipo de relacionamento que os Anunciantes desejam estabelecer com seus APs. Esse dado é melhor percebido através das escolhas lexicais feitas para representar o Objetivo do AP.

Coupland (1996:194), em sua pesquisa, encontrou 05 classificações para o Objetivo que tomo como referência para categorizar os APs eletrônicos e determinar os perfis desses Anunciantes. Assim, abaixo na Tabela 9, estão as categorias de Coupland (Idem), bem como os perfis que cada Objetivo cria. São eles:

TABELA 9 – Relação entre Objetivos determinados por Coupland(1996) e perfis determinados para os APs eletrônicos

Perfis – APs eletrônicos	Objetivos – APs impressos
1. cautelosos	amizade, possivelmente romance (<i>for friendship, possibly romance</i>)
2. misteriosos	
3. românticos explícitos	trazer brilho para a vida (<i>to bring sparkle into life</i>)
4. românticos implícitos	
5. ousados	noites de diversão (<i>for fun nights in</i>)

Entre os Objetivos determinados por Coupland, dois deles, ‘relacionamentos sem compromisso’ (*no ties relationship*) e ‘companhia, visitas e feriados’ (*companionship, visits and holidays*), não originaram nenhum perfil para os Anunciante da presente pesquisa.

Nos APs impressos, por serem pagos, Coupland (Idem) encontrou as expressões ou nomes demonstradas acima na Tabela 9. Na pesquisa com APs eletrônicos, a gratuidade da publicação permite uma maior subjetividade por parte do Anunciante, o que possibilita que sejam comentados, oferecendo maior ou menor dificuldade em identificá-los com exatidão. Por essa razão, não foi possível classificá-los em expressões como Coupland (Idem) fez em sua pesquisa.

Coupland (Idem) apenas identifica os Objetivos dos APs impressos, mas não discute tais classificações. Nesse sentido, a seguir discuto cada perfil em detalhes, juntamente com as minhas interpretações para cada Objetivo.

4.4.1 Perfil 1: Cautelosos

Esse perfil foi identificado a partir do Objetivo amizade, possivelmente romance (*for friendship, possibly romance*) estabelecido por Coupland (Idem:194). Entendo que esse Objetivo oferece uma evolução na relação que o Anunciante pretende estabelecer com o Alvo. Inicialmente uma amizade e, se tudo correr bem entre eles e Anunciante e Alvo forem ‘compatíveis’ no que buscam, a relação pode se tornar um romance. É possível que a

compatibilidade se estabeleça por gostos e interesses em comum e principalmente se a aparência física do Anunciante, tão enfatizada, agradar ao Alvo e a personalidade do Alvo, também enfatizada nos APs eletrônicos, agradar ao Anunciante.

Na análise dos APs eletrônicos, 12 foram categorizados como Cautelosos, pois os textos evidenciam marcas de cautela, como indica o nome do perfil. O Objetivo, primeiramente, é estabelecer um vínculo sem compromisso que, posteriormente, existindo compatibilidade entre Anunciante e Alvo, virá a evoluir para uma relação séria, um namoro.

A Tabela 10 traz os Anunciantes com os excertos nos quais é possível verificar o Objetivo do AP. As expressões que me levaram a caracterizá-los como Cautelosos estão em destaque.

TABELA 10 – Cautelosos

Anunciante	objetivo
2	I just want to go out and have fun with someone . And if something great comes out of it , that would be great, If not , I hopefully would have made a new friend
8	I'm looking for is date, possibly LTR¹⁰ later , or just friend with guys around my age (...)
10	Hi! I'm a Caucasian male in search of a friendly Asian male for dating and a possible long-term relationship .
13	(...) ISO (in search of) someone between ages 30-45 to meet, date , and perhaps have a LTR .
16	I am primarily looking to casually date a man (...) If we click , there's always the possibility of developing something more serious: long term relationship . But I am in no hurry.
18	At the moment, I'm looking for a meaningful friendship and/or relationship .
24	(...) I'm in search of new adventures and people to embark with I'm interested in meeting (...) Guys who have a desire to form a LTR . (...) I'm open to a great adventure .
31	Ultimately looking for 'THE'1-to-1 relationship , but also hope to make some good friends on the way.
52	am looking to meet someone to share those things with me, either as a boyfriend or just a friend .
53	(...) it's not really a place to meet someone for a longer lasting friendship or a possible relationship
55	Seeks similar (...) for friendship hopefully leading to a long-term relationship
61	I am looking for a guy to build a good friendship with leading to 121 ,

¹⁰ LTR – long term relationship

No que se refere a esses Anunciantes, as escolhas lexicais evidenciam que eles buscam por sentimentos estáveis, uma relação, mas que isso não é uma condição. Os leitores podem se sentir confortáveis pelo fato de que um contato não significa um compromisso. Os APs deste perfil apresentam por escrito dois estágios que refletem uma evolução da busca por algo sem compromisso para algo mais sério.

4.4.2 Perfil 2: Misteriosos

O perfil Misteriosos também foi determinado a partir do Objetivo “amizade, possivelmente romance” (*for friendship, possibly romance*) estabelecido por Coupland (Idem:194) e segue a mesma compreensão apresentada na seção anterior de que há uma evolução de um estágio sem compromisso para estágio de comprometimento. No entanto, o que, significativamente, o diferencia dos Cautelosos é o mistério (ou imprecisão) da palavra ‘mais’ (*more*), ou por inferência: ‘algo mais’ (nesta análise, considero a palavra ‘etc’ como sinônimo de ‘*more*’). Verifico que o Anunciante pretende estabelecer com o Alvo uma relação que, primeiramente, parte de um sentimento de afeto sem compromisso (amizade), para algo que não se pode definir como uma relação estável (namoro).

Entre os APs eletrônicos, 07 compreendem o perfil Misteriosos e têm os trechos de seus textos em que se pode observar seus Objetivos dispostos na Tabela 11. A palavra ‘algo mais’ (*more*) está presente nos 05 APs.

TABELA 11 - Misteriosos

Anunciante	objetivo
6	I'm a blk man (...) who's looking for (...) for fun and etc.
20	Always looking for new people to meet , new experiences , and to learn .
32	I am looking for (...) friendship and more (...)
44	i am looking for friends to caht and meet up and possible evolve into more but only time can tell!
47	(...) im looking for just friends (or more -whatever, its all good)
51	looking for guys (...) funny masculine and honest (...) someone who is looking for friendship and more
62	(...) I'm looking for a soulmate with similar interests to have fun together and with whom to develop a friendship ; perhaps more with the right guy.

A escolha pela expressão 'algo mais' (*more*) sugere que pode vir a ser uma relação, apenas sexo ou outra interpretação que o leitor possa vir a ter. De fato, 'algo mais' é impreciso e confirma a vaguidão presente nos APs (Shalom, 1997:187). Por outro lado, o Anunciante cria um clima de mistério sobre o que pode acontecer entre ele e o Alvo, o que pode ser uma estratégia de despertar o interesse do leitor, mas que, por outro lado, pode causar insegurança.

4.4.3 Perfil 3: Românticos Explícitos

Entre os Objetivos estabelecidos por Coupland (Idem:194), está o denominado 'trazer brilho para a vida' (*to bring sparkle into life*) que requer cuidado na interpretação, pois essa denominação não revela com exatidão o que o Anunciante quer.

Ao considerar que o AP visa estabelecer um relacionamento, a interpretação de 'trazer brilho para a vida' indica um objetivo que vai além da amizade, pois brilho (*sparkle*) pode ser interpretado como uma luz que aponta um caminho ou ainda, o brilho como de uma jóia, algo precioso, que tem valor. Nesse sentido, entendo que o Anunciante quer um relacionamento de verdade, pois na palavra 'brilho', está implícito o desejo de uma novidade, emoção na vida.

No entanto, esse Objetivo determinou dois Perfis: Explícitos e Implícitos. Nesta seção trato dos Anunciantes que explicitam seus Objetivos de encontrarem um parceiro para uma relação estável, aos quais categorizei como Românticos Explícitos. A Análise revelou 11 APs com esse perfil.

Esses Anunciantes estabelecem claramente que seus Objetivos são uma relação estável e duradoura. Entre as escolhas lexicais em que se evidencia tal objetivo está a expressão relação estável (*long term relationship*), ou termos que indicam um relacionamento estável que envolve subjetividade e romance.

Na Tabela 12 estão os Objetivos desse perfil com as escolhas lexicais que mostram o desejo por uma relação estável.

TABELA 12 – Românticos Explícitos

Anunciante	Objetivo
7	(...) looking for somebody close to my age (...) for monogamous relationship
12	I know that there has to be other (...) people (...) Who would also like to get to know someone for more than just one night.
19	I am looking for a long-term relationship
29	I'm (...) looking to meet someone to wake up with in the morning.
35	I'm a wht funki guy looking for a one on one relationship.. (...)I'm looking for a blk guy to warm my heart & soul
38	My Name is (...) looking to meet men to find my Mr Right for a one to one relationship should it happen.
42	(...) I'm caring, honest, genuine and, I believe, have a great deal to give to the right person. I am searching for someone to share my life with , go to a show, eat a meal together, share a bottle of wine, or just be.
50	I am on the Look out for a man (...) who is looking for a long-term relationship.
56	I'm looking for a steady boyfriend living in London.
57	. I am looking for a long-term relationship.
60	(...) seeking a long-term live in one-to-one relationship with a 1929 model.

Entre esses Anunciantes há expressões tais como: alguém para dividir minha vida (*someone to share my life with*), aquecer minha alma e meu coração (*to warm my heart & soul*), alguém com quem acordar todas as manhãs (*someone to wake up with in the morning*). Elas tornam os APs criativos e demonstram traços de romantismo de quem busca por estabilidade afetiva.

4.4.4 Perfil 4: Românticos Implícitos

Assim como os Explícitos, os Implícitos são Anunciantes que têm um perfil cujo Objetivo sugere uma relação estável. Porém, neste caso, o que os diferencia é o caráter de imprecisão. As escolhas lexicais são marcas presentes nos textos desses Anunciantes que mostram um interesse por estabilidade afetiva. Essas pessoas também procuram por parceiros com quem possam compartilhar momentos de cumplicidade, mas não usam expressões já conhecidas como “relação estável” (*long term relationship*) ou expressões determinantes desse tipo de relacionamento como os Explícitos usam.

As escolhas lexicais indicam um campo semântico referente aos sentimentos e à intimidade. Existe o desejo de dividir momentos do cotidiano diário. Há traços de subjetividade, particularidade e detalhamento nas descrições das atividades em cujo foco é o momento a dois. Os ambientes mencionados são reservados, sem haver a necessidade do agito, da aglomeração de muitas pessoas.

Esse perfil é apresentado por 22 Anunciantes cujos Objetivos estão na Tabela 13 com as palavras ou expressões, em destaque, que os determinam Indecisos.

TABELA 13 – Românticos Implícitos

Anunciante	Objetivo
1	(...) I'm looking for someone to hang out with. Walks, talks, movies, and some fun. (...) I believe in stopping to smell the roses. I believe in acts of kindness
4	I'm a very cleancut guy (...) centered and hoping to meet someone similar (...) I have values and morals (...) Looking for quality guys who aren't too consumed with the gay scene
5	If you seek something different, a life lived fully with a friend who turns you on in many different ways, tell me about yourself! If you're the one I seek, you can change both of our lives and I can rock your world.
9	(...) looking for someone cool to hang with. I am drawn towards things (...) such as alternative music, movies, ideology, a sense of humor, romance, intimacy exploration (...)
11	(...) I'm a loyal, affectionate 42-year-old who'd like to find a genuine caring partner. I'm a great communicator and listener. (...) If we sound compatible and you live in the San Francisco Bay area I'd love to hear from you.
15	I am interested in getting to know someone who would like to spend time getting to know me. I am pretty much looking for guys similar qualities or somehow different
17	I am seeking a guy with common interests aged 25-45 who is grounded, trustworthy with integrity and compassionate as well as affectionate. (I love to cuddle and kiss!)
21	I know it's difficult and frustrating at times- have any of you made it to the second or third date with a guy? I've met many interesting and handsome men but getting to that magical third date (..) is really a challenge. (...)I really don't have a type, although kindness and courtesy are big on my list of what I like in a man-that an a cute smile. (...) Happy Husband Hunting-Brian
22	I am interesting in meeting other men who also have such interest in life and enjoy sharing their time with others.
27	This is a goodlooking European who is looking for a real friend and lover. Let's find out if we have the chemistry.
28	I'm looking for a great man (is there one)I live in hope he should be a n/s under 6" (...)
34	I am looking for a guy around my own age (24), although prefer slightly older (...) It's the right combination that counts. I need a guy who is interested(...)
36	(...) I do miss having a special someone in my life,
39	(...) looking for a nice middle eastern guy (20-35) to go out with;
41	I don't want anything ordinary but something very special
45	Im an 18 year old (...) looking for someone who is roughly the same age. Im looking for someone in the same area who is also fun to be with (...) If you like what you read
46	. I would like to meet someone (...) I like to love and be loved should I meet the right person. Trust and fidelity are good characteristics to possess, you cant go to far wrong if you have got them
48	I would like to stay in sometimes for a romantic dinner (I like to cook, but hate cooking just for myself) (...) we'll just spend a nice evening together, or become close friends for the rest of our life
49	I am tired of those who start an email relationship and stop for no reasons.
54	I am interested in meeting nice genuine guys for fun (that is non sexual):-) and well whatever may happen, I just want to be happy at the end of the day like i think most people (...)
58	I'm looking for a guy that I can trust, who realises head games are a waste of

	time and who's ready to settle down.
59	(...) romantic walks on deserted beaches at midnight. (...) I'm kind, understanding and always willing to try something new. Ideally I'm looking for a partner under 27 (...)
63	Successful African professional seeks financially stable, confident, honest black man for fun and romance .

Uma vez que as escolhas lexicais evidenciam um perfil de quem quer um relacionamento estável, é difícil considerar em que medida um Anunciante é Romântico Implícito ou Explícito, pois ambos têm o mesmo Objetivo. No entanto, palavras que apontem na direção da estabilidade afetiva em um relacionamento não têm a mesma precisão de palavras que determinam a busca por estabilidade. Logo, os APs dos Explícitos diferem dos Implícitos, pois se verifica a vaguidão destacada por Shalom (1997:187) nos Implícitos, o que não acontece com os Explícitos.

O fato de um perfil evidenciar certeza daquilo que busca e o outro não, faz com que os leitores possam se sentir mais confortáveis em responder a um AP que mostra um Anunciante dando pistas de querer estabilidade, do que responder a um AP em que o Anunciante indica certeza sobre o que quer. Isso leva ao que Shalom (Idem:201) aponta sobre o leitor se sentir à vontade para responder quando os termos são menos precisos, pois o efeito de palavras imprecisas desperta a curiosidade do leitor. A estratégia dos Implícitos, ao meu ver, é atrair Alvos que queiram saber como as coisas virão a ser e que não querem a determinação específica dos Explícitos.

4.4.5 Perfil 5: Ousados

Esse perfil foi identificado a partir do Objetivo “noites de diversão” (*for fun nights in*) estabelecido por Coupland (Idem:194) e marca a ousadia e, até mesmo, o atrevimento de 09 Anunciantes.

O Objetivo aqui parece se tratar claramente do interesse do Anunciante por sexo. A preposição 'em' (*in*) sugere o ambiente interno, isto é, a dois, dentro de uma casa, um quarto. O Objetivo de uma relação estável provavelmente não se limitará ao período da noite apenas, pois pressupõe o desejo de compartilhar o dia-a-dia entre Anunciante e Alvo.

Quando a relação é efêmera, o interesse por sexo revela uma ênfase dada à aparência como mostram os adjetivos bonito (*good looking*), selvagem (*wild*), exótico (*exotic*). Outro aspecto é a falta de seleção: 1) os Anunciantes não têm limites para a idade desejada do Alvo, estabelecem faixas que podem variar de uma idade muito jovem até uma bastante madura, o que faz com que a procura possa vir a ser grande; 2) indiferença ao estado civil, ao grupo étnico, ao local de procedência e à postura no ato sexual (ativo, passivo) do Alvo bem como ao número de 'Alvos', podendo haver mais de um (casais, grupos).

A Tabela 14 mostra os 09 APs com destaque às escolhas lexicais que revelam o perfil Ousado desses Anunciantes.

TABELA 14 – Ousados

Anunciante	objetivo
3	You: Must be HIV+, and good looking (...) Somewhere between the ages of 21 and 40 .
14	I'm (...) looking for other in shape guys (...) for friendship and fun . (...) race and age are unimportant
23	(...) ready to meet your needs and provide you with a professional service . Please email me at to set up arrangement and meeting.
25	I want partners , either couples , or singles or groups anything . I am very versital, and would love to hear from you if you are 30 and older
26	I like ALL races ; (...) I am one of those " professionals ." Write me & find out more! You can be up to my age ; I am a good " mentor " for younger guys.
30	Hi I'm looking for a good time with no attachments (...) would like to hear from anyone who (...) is wild, energetic and exotic .
33	(...) white guy looking for passive or versatile guys for good times
37	Im (...) ex-model material, goodlooking (...) looking to meet black or mixed race guys in London or US for fun and friendship
40	I'd like a mature man to show me essential things, maybe you are or have been married , and (...) feel comfortable in the old-fashioned manly role matching me being the passive part .

A categorização desse perfil apresenta Anunciantes que utilizam o AP como um instrumento de busca por sexo e o Objetivo está entre os pólos da

amizade e do namoro sem ser nenhum dos dois, confirmando que a determinação exata do Objetivo é difícil.

Apenas o Anunciante 43 não se encaixa em nenhum dos perfis acima categorizados. Esse AP tem por Objetivo contatar novos amigos.

Retomo o argumento que apresentei no início desta seção sobre os Objetivos dos APs estarem entre duas extremidades (amizade em um lado, namoro no outro) em que a precisão não é exata, o que confirma que APs são textos cujas palavras escolhidas para determinar o Objetivo são deliberadamente vagas (Shalom, 1997:187). Nesse sentido, as interpretações para os Objetivos acima podem não apresentar um grau de precisão exato e, portanto, pode haver outras formas de compreender os cinco Objetivos dos Anunciantes da pesquisa em APs impressos e delinear outros perfis.

Na próxima seção passo às considerações finais sobre os resultados desta pesquisa.

4.5 Considerações finais

Como busquei mostrar ao longo deste capítulo de Análise e Discussão dos Resultados, o AP produzido por homossexuais masculinos e divulgado no meio eletrônico é um gênero que apresenta características próprias em relação ao meio de divulgação e em relação aos participantes.

Com relação ao meio de divulgação os APs eletrônicos apresentam variações com relação a: 1) informações externas ao texto, oriundas do preenchimento opcional de um formulário online e 2) a gratuidade do meio que privilegia o movimento Comentário, possibilitando aos Anunciantes uma maior subjetividade na produção dos APs e criando um caráter personalizado do texto.

Para traçar conclusões a respeito do meio de divulgação, é preciso observar os 06 movimentos retóricos Anunciante, Busca, Objetivo, Alvo,

Comentário e Referência estabelecidos por Coupland (1996), pois um dos objetivos específicos do trabalho é verificar em que medida esses estágios do texto se alteram ou permanecem estáveis com a mudança do meio impresso para o eletrônico.

Como cinco dos movimentos são obrigatórios no gênero, apenas o Comentário apresentou variação expressiva em relação ao meio impresso. Ele aparece em 86% dos APs eletrônicos, evidenciando o caráter subjetivo do gênero. Além disso, a subjetividade presente no Comentário auxilia no processo de comodificação desses Anunciantes que fazem uso de formas criativas para despertar a atenção do leitor.

Ainda em relação ao meio, é possível observar que existem informações externas ao texto que podem ser apresentadas no AP eletrônico devido ao formulário online o qual foi preenchido por mais de 70% dos Anunciantes. A idade é uma informação obrigatória e o Anunciante ainda tem a opção de mencionar aspectos relacionados à origem étnica, altura, constituição física, estilo de vida, e ocupação. Com exceção a esses dois últimos itens, os demais se referem, especificamente, à características da aparência física do Anunciante.

Com relação aos participantes do gênero, neste caso, homossexuais masculinos, é preciso observar as escolhas lexicais feitas para os movimentos Anunciante, Alvo e Objetivo para poder traçar conclusões a respeito desse grupo. Nos APs, o movimento do Anunciante foi categorizado em 05 estágios, 1) aparência física, 2) traços da personalidade, 3) gostos e interesses, 4) status profissional e 5) estado de saúde.

A aparência física, que já fora enfatizada no formulário online, é um estágio textual presente em 94% dos textos. Tal ênfase se refere, predominantemente a atributos físicos que valorizam a beleza e o rosto do Anunciante, como mostra a análise das escolhas lexicais. A personalidade é um estágio textual presente em 75% dos APs e a maior recorrência de escolhas lexicais diz respeito a atributos afetivos. Os gostos e interesses do Anunciante estão em 73% dos textos e priorizam atividades culturais e sociais

como foco de interesse. A profissão, outro aspecto destacado, é mencionada em 40% dos APs e reflete uma imagem positiva do meio social desses Anunciantes. O diferencial no movimento Anunciante é o estágio do texto que se refere ao estado de saúde, pois não foi encontrado nos impressos e está presente em 11% dos eletrônicos. Essa característica parece ser específica dos homossexuais.

No movimento Alvo, a ênfase é sobre os aspectos da personalidade, sendo os atributos mentais (*intelligent*) e sociais (*honest, sincere*) os que receberam maior uso entre as escolhas lexicais. A aparência, neste movimento, é valorizada através da importância dada à idade do Alvo.

A contrastar Anunciante e Alvo, pode-se observar que os homossexuais tendem a apresentar mais características próprias e exigir menos em relação aos atributos do Alvo. Isso se verifica nos números de ocorrências das escolhas lexicais para caracterizar os movimentos. Foram 316 para o Anunciante contrastando com 208 para o Alvo. Tal aspecto se relaciona com o caráter de comodificação presente no gênero cujo objetivo é valorizar o produto para o consumo.

E por fim, o movimento Objetivo revela o tipo de relacionamento que esses Anunciantes desejam estabelecer. A partir das escolhas lexicais, presentes nos excertos que evidenciavam tal movimento, foi possível determinar cinco perfis para os Homossexuais masculinos em relação aos seus propósitos afetivos com a divulgação do AP. Assim, foram 12 Cautelosos, 07 Misteriosos, 11 Românticos explícitos, 22 Românticos implícitos e 09 ousados.

Entre os Anunciantes deste estudo, os 63 participantes do gênero deixam marcas em seus textos que possibilitam a investigação daquilo que buscam. Assim, os perfis Românticos, Explícitos e Implícitos, são predominantemente, pois mais de 50% dos APs têm o Objetivo de encontrar uma relação estável, ou pelo menos, deixam marcas que levam interpretá-los dessa maneira.

Os perfis Cautelosos, Misteriosos e Românticos implícitos indicam que publicar um AP eletrônico proporciona a indeterminação de objetivos aos

Anunciantes. A divulgação é gratuita, em termos de quantidade de texto escrito, e por causa disso, propicia uma liberdade na escrita para o Anunciante. Nesse sentido, ele pode escrever mais, o que aumenta sua capacidade de se promover enquanto produto, sem definir, explicitamente, o Objetivo da procura, podendo, assim, atrair mais Alvos, conhecê-los e, somente então, vir a determinar um relacionamento estável ou não com eles. Os Cautelosos, Misteriosos e Românticos Implícitos podem não apresentar marcas explícitas em seus textos de terem um objetivo determinado, mas seus APs citam evidências que levam a considerá-los como tais.

O meio eletrônico só permite essa indeterminação ao Anunciante por causa de seu caráter gratuito. No meio impresso, por ser pago, o Anunciante terá que ser preciso nas informações que coloca no AP, diminuindo sua auto-promoção. Escrever pouco é uma questão de economia e, conseqüentemente, ele oferece e pede menos informações, e para tanto, ele terá que ser preciso, em seu Objetivo, para obter retorno de possíveis Alvos.

No entanto, há os perfis Românticos Explícitos e Ousados, que apesar da liberdade de escrita para não definir o que querem como AP, apresentam seus objetivos explicitamente determinados no texto. Esse aspecto evidencia a necessidade que esses Anunciantes têm de esclarecer o que buscam.

Shalom (1997:187), ao analisar os atributos referentes ao Alvo, apontou que esses atributos eram deliberadamente vagos. A determinação implícita do Objetivo na maioria dos APs evidencia essa vaguidão das palavras apontada por Shalom (Idem) e me leva a crer que o uso de termos vagos é uma marca do gênero, pois palavras menos precisas podem deixar o leitor à vontade para responder ao AP (Shalom, idem:ibidem).

No capítulo a seguir, apresento as conclusões deste estudo, bem como as limitações e sugestões para futuras pesquisas.

CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES DO ESTUDO E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

Neste capítulo apresento as considerações finais a respeito da investigação feita sobre APs eletrônicos. Inicialmente, retomo os objetivos do trabalho definidos no capítulo de Introdução.

O objetivo geral deste estudo foi analisar a configuração do gênero AP no meio eletrônico, tomando como referência o estudo prévio de Coupland (1996) sobre o meio impresso. Os objetivos específicos desta pesquisa foram verificar em que medida as categorias estabelecidas por Coupland (1996) se alteram ou permanecem estáveis e investigar as escolhas lexicais a fim de determinar perfis para as representações das identidades dos participantes do gênero AP.

Nesse sentido, busquei verificar a recorrência dos movimentos retóricos nos textos que seria, ao mesmo tempo, uma análise do GSP com seus elementos obrigatórios, opcionais e iterativos. Com ênfase diferenciada, os mesmos movimentos do estudo anterior se verificaram nos Anúncios homoeróticos no meio eletrônico: Anunciante, Busca, Objetivo, Alvo, Comentário e Referência.

O destaque é para o movimento Comentário, que está presente em 86% dos APs desta pesquisa. A gratuidade do meio virtual parecer ser responsável por essa característica e possibilita ao anunciante colocar traços de subjetividade para se promover, tornando o AP mais criativo. O número acima sugere que o meio eletrônico propicia um traço personalizado a cada texto, haja vista a diferença entre as recorrências do movimento na presente pesquisa e naquela feita com APs impressos.

A partir da análise das escolhas lexicais para o movimento Objetivo, foi possível determinar cinco perfis para os Anunciantes que procuram parceiros utilizando APs no meio eletrônico. Esses Objetivos, como apontei, estão localizados entre dois pólos: amizade e namoro. Mas, a partir da maneira como os Anunciantes utilizam a linguagem, os Objetivos podem ser interpretados de

maneiras diferentes. Nesta pesquisa, minha interpretação revelou 05 dimensões de identidade, que são os perfis: Cautelosos, Misteriosos, Românticos explícitos, Românticos implícitos e Ousados. Entre esses perfis se destacam os Românticos que configuram a maioria dos Anunciantes. Esse dado evidencia que os Anunciantes nesta pesquisa apresentam, em sua maioria, o propósito de estabelecer um romance através da publicação do AP no meio eletrônico.

A investigação do uso da linguagem nos textos, retratando as representações das idéias e as relações que se estabelecem entre os participantes do gênero, permite verificar alguns valores que diferem do trabalho sobre APs impressos. Em contraste com a pesquisa de Coupland (1996), aparência é o critério mais valorizado pelo público homossexual. A ênfase em descrição física e herança étnica demonstram o interesse do Anunciante em construir, no meio virtual, uma imagem que o represente visualmente no mundo real. Por outro lado, a personalidade é aspecto mais enfatizado nas caracterização do Alvo. Além disso, o Alvo tem sua aparência valorizada na ênfase dada à caracterização de sua idade nos APs.

No que se refere às limitações deste trabalho, ênfase, primeiro, que esta investigação foi feita apenas sobre os textos do gênero AP, e que o contexto de produção desses textos foi investigado em termos, isto é, o contexto foi verificado a partir do texto. Não houve entrevista com os sujeitos que escrevem estes textos, no intuito de saber por que eles escrevem APs e os resultados que obtêm a partir da escritura desse gênero textual.

Em segundo lugar, as minhas próprias limitações ideológicas para este trabalho, inicialmente, levaram-me a compreensões moralistas sobre os Anunciantes. Eu tendia a apresentá-los como um grupo diferente por causa de sua opção sexual, desconsiderando sua natureza, em princípio, humana. Porém, na análise dos dados, especialmente na caracterização dos perfis, pude verificar, o que minha orientadora já havia apontado em reunião de orientação, que a maioria dos sujeitos pesquisados parecia ter um perfil

romântico, evidenciando que o desejo por um relacionamento amoroso perpassa todas as orientações sexuais.

A repercussão deste trabalho para o ensino de línguas é que ele pode auxiliar na abordagem de funções da linguagem no ensino de línguas em tópicos de ensino tais como apresentação e descrição de pessoas. Os APs podem ser um gênero usado em sala de aula para que uma atividade de uso real da língua seja objeto de estudo, pois o que se procura desenvolver no aprendiz de línguas é justamente a capacidade de trabalhar com discurso autêntico (Widdowson, 1991:113). Os APs eletrônicos são oriundos da Internet e “textos coletados na Internet são amostras reais de uso da língua, isto é, textos impregnados de discursos produzidos por e dirigidos a falantes nativos” (Motta-Roth et al. 2000:74). Nesse sentido, a utilização de APs eletrônicos em sala de aula pode tornar os alunos conscientes de que o ensino de língua estrangeira tem um propósito comunicativo.

Em termos de futuras pesquisas e em função das próprias limitações deste trabalho, sugiro que outras pesquisas sobre APs investiguem o contexto de produção e consumo desse gênero através de entrevistas e outras formas de coleta de material. Aponto também, a necessidade de investigações sobre a configuração do gênero AP eletrônico produzido por heterossexuais. E destaco ainda, a importância da investigação sobre o uso da linguagem por outras minorias a fim de trazer para discussão outras formas de se expressar crenças e valores, pois “nem todo ser humano é homem, heterossexual, branco, católico, classe média, falante de uma variante hegemônica” (Moita Lopes, 1996b:4) e essas diferenças precisam ser respeitadas. Nesse sentido, encerro este trabalho com as palavras de Mott (2002):

Hoje em dia, nos inícios do terceiro milênio, (...) na prática, os homossexuais continuam sendo (...) vítimas do preconceito e discriminação, estamos presenciando a persistência de um mito (...) que hoje, na era dos computadores, urge que ceda lugar ao respeito dos direitos humanos e à diversidade cultural.

Referências Bibliográficas

- ALMEIDA FILHO, J. C. 1993. *Dimensões comunicativas no ensino de línguas*. Campinas, SP: Martins Fontes.
- BAKHTIN, M. 2000. *A estética da criação verbal*. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes.
- BRAGA, A. *GLS planet*. Disponível em <<http://www.aol.com>> Acesso em: 02 abr. 2002.
- CALDAS-COULTHARD, C. R. 1994. Análise Crítica do Discurso: a representação de gênero na imprensa escrita: a pesquisa. *The ESPECIALIST*. v. 15, n.1/2. São Paulo: Educ. (113-119).
- COUPLAND, J. 1996. Dating advertisement: discourses of the commodified self. *Discourse and society*. v.7. London, Thousand Oaks and New Delhi. (187-207).
- FAIRCLOUGH, N. 1989. *Language and power*. London: Longman.
- _____. 1992. *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- _____. 1995. *Critical discourse analysis*. London: Longman.
- FIGUEIREDO, D. C. 1994. Como ser assertiva e politicamente correta na cama: sexualidade feminina na revista. *The ESPECIALIST*. v.15, n.1/2. São Paulo: Educ. (121-136).

- _____. 2000. *Victims and villains: gender representations, surveillance and punishment in the judicial discourse on rape*. Pós-graduação em Inglês. Universidade Federal de Santa Catarina. Tese de doutorado.
- HALLIDAY, M.A.K. & HASAN, R. 1985. *Language, context and text: aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- HARVEY, K. & SHALOM, C. (Eds.) 1997. *Language and desire: encoding Sex, romance and intimacy*. London and New York: Routledge.
- HEBERLE, V. M. 1994. Editoriais de revistas femininas sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso. *The ESPECIALIST*. V.15, n.1/2. São Paulo: Educ. (137-150).
- _____. 1997. *An investigation of textual and contextual parameters in editorials of women's magazines*. Pós-graduação em Inglês. Universidade Federal de Santa Catarina. Tese de doutorado.
- KLEIMAN, A. B. 1998. A construção de identidades em sala de aula: um enfoque interacional. In: Signorini, I. (Org.) 1998. *Lingua(gem) e sociedade: elementos para uma discussão no campo aplicado*. Campinas, SP: Mercado de Letras.
- LOURO, G. L. 1997. *Gênero sexualidade e educação. Uma perspectiva pós-estruturalista*. 4ª ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes.
- MEURER, J. L. 1999. Aspectos do componente sociológico do ensino da linguagem. In: *Intercâmbio*, v. VIII. (129-34).

- _____. 1997. Esboço de um modelo de produção de textos In: Meurer, J. L. & Motta-Roth, D. (Org.). *Parâmetros de textualização*. Santa Maria: Editora da UFSM.
- MILLER, J. M. 2000. Language use, identity, and social interaction:migrant students in Australia. *Research on language and social interaction*. v.33. University of Queensland: Graduate School of Education. (69-100).
- MOITA LOPES, L. P. 1996a. *Oficina de lingüística aplicada*. Rio de Janeiro: Mercado de Letras.
- _____. 1996b. *A formação do professor de línguas: discurso, produção de conhecimento e cidadania*. Trabalho apresentado no I Simpósio de Políticas de Ensino Línguas Estrangeiras.
- _____. 1998a. Discursos de identidade em sala de aula de leitura de L1: a construção da diferença. In: Signorirni, I. (Org) *Lingua(gem) e sociedade: elementos para uma discussão no campo aplicado*. Campinas, SP: Mercado de Letras.
- _____. 1998b. *Discurso como ação social: construindo a identidade de sexualidade em contexto escolar*. Trabalho apresentado no 4th Congress of the International Society for Cultural Research and Activity Theory. Aarhus, Dinamarca.
- MOTT, L. 2001. *A Revolução homossexual: O poder de um mito*. Disponível em <<http://ads.mircx.com/html/ron/abcsearch.html>> Acesso em: 21 jun. 2002.
- MOTTA-ROTH, D. (Org.) 1998. *Leitura em língua estrangeira na escola: teoria e prática*. Santa Maria: UFSM, PROGRAD, COPERVES, CAL.

- _____. (Org.) 1998. Escritura, gêneros acadêmicos e construção do conhecimento. *LETRAS: Escrita como prática social*. n.17, jul./dez. Santa Maria: UFSM. (93-110).
- _____.; PRADO, L. L.; MARCUZZO, P.; BESSOW, G.; MONTARDO, A. M. 2000. A Internet como ferramenta facilitadora na preparação de material didático para o ensino de leitura em língua inglesa no LabLeR. *IDÉIAS: Revista do Curso de Letras*. n.12, jul./dez. Santa Maria: UFSM. (73-6).
- _____. & HEBERLE, V. M. 1994. Critical discourse analysis and the language learner's autonomy: possible ways to relate both areas of study. In: Leffa, V. (Org.) *Autonomy in language learning*. Porto Alegre: Editora da UFRGS. (237-46).
- PITTAM, J. 1999. The historical and emergent enactment of identity in language. *Research on language and social interaction*. v.32 (1&2). University of Queensland. (111-17).
- SHALOM, C. 1997. That great supermarket of desire: attributes of the desired other in personal advertisements. In: Harvey, K. & Shalom, C. (Eds.). *Language and desire: encoding sex, romance and intimacy*. London and New York: Routledge.
- SIGNORINI, I. (Org.) 1998. *Lingua(gem) e sociedade: elementos para uma discussão no campo aplicado*. Campinas, SP: Mercado de Letras.
- WIDDOWSON, H. G. 1991. *O ensino de línguas para a comunicação*. Campinas, SP: Pontes.

ANEXO 1

Anúncios Pessoais coletados do site <http://www.one-and-only>

Anunciante 1

Love for Love

I've been in S.F. for six months now. I'm looking for someone to hang out with. Walks, talks, movies, and some fun.

I am a 32 year old Native American Born and raised in Santa Rosa Ca. I am HIVpos. I am a quiet down to earth person. And I like the simple things in life.

I believe in stopping to smell the roses. I believe in acts of kindness I love pets and the outdoors. I'm not a health nut, but I do taking care of myself with a good diet and plenty of exercise. I have many acquaintances but very few friends. That is because of my own choosing. My interest are; Music, I love any kind of music. better if I can dance to it. Dance; of course I just explained that. Beautiful places, people and things. Flowers; Roses are my favorite. Movies; I like to rent movies or go to them. A good home cooked meal, and the occassional going out.

I plan on making S.F. my home. So if you have any similiar interest, I would like to hear from you.

186 palavras

Age: 32
Height: Average
Build: Average
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Clerical/Administrative

Anunciante 2

A Romantic at Heart

Hi, I would love to meet some new people and make some great new friends. I am very adventurous and outgoing. I love going out and doing new things. I also love to travel and have been all over Asia, some parts of South America and up to Alaska.

I want some one who is fun and adventurous, love doing new things and exploring. Someone who is mature, stable, romantic and funny.

I just want to go out and have fun with someone. And if something great comes out of it, that would be great, If not, I hopefully would have made a new friend

I know it is hard to describe and ideal person on here but hopefully this will get someone's attention and that they will be interested enough to email me and find out more

138 palavras

Age: 21
Heritage: Asian
Height: Average
Build: Average
I do not have children
Occupation: Management

Anunciante 3

Boy Next Door

Me: HIV+, athletic, sense of humor, good looking, very easy going. Smoke, don't drink. I enjoy playing Softball, and Pool. I am very active and outdoorsey.

You: Must be HIV+, and good looking. I don't mind if you drink(occasionally, or often, but not to excess). Somewhere between the ages of 21 and 40.

53 palavras

Age: 26
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Athletic
I smoke and I do not have children
Occupation: Social Worker

Anunciante 4

Masculine, Cleancut, Brains and Body

Hey, I'm a very cleancut guy, 36, bwn/green, told handsome and even cute at 36. Totally masculine, centered and hoping to meet someone similar. Besides being a teacher, I'm also working on my M.A. at tanford, and know where I'm going in life.

My interests range from the outdoors; hiking, rafting, cross country skiing, to going off road in my jeep; theater in the city, concerts, music.

I have values and morals and not a bar type guy. Looking for quality guys who aren't too consumed with the gay scene in San Francisco.

I have other pictures to share.

98 palavras

Age: 36
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Athletic
I do not smoke and I do not have children
Occupation: teacher and coach

Anunciante 5

Passion, Adventure, Friendship, Good times...

I think the words that would describe me best are outgoing, self-assured, warm, funloving. A free-spirited guy who lives life on my own terms and knows how to live. Successful, but not obsessed with money or interested in trying to impress others with it. Physically, 36, 5'9, 155, clean-cut, boy

next door type. Workout regularly, fit, healthy and honestly attractive. Any serious reply will get a current photo.

Likes; Passion (in & out of bed), travel, romance, outdoors, animals, good conversation, fun times, beaches, warm summer nights, interesting places/people.

Dislikes; New age crap, moral majority values, shopping malls & mindless consumerism, stupid mind games.

If you seek something different, a life lived fully with a friend who turns you on in many different ways, tell me about yourself! If you're the one I seek, you can change both of our lives and I can rock your world.

147 palavras

Age: 36
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Average
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Businessowner

Anunciante 6

I'M a blk man ,very talented,honest and sincere

Hello Guys:
I'm a blk man 60,6'3",165lbs, who's looking for a bearded,semi macqueline,Irishman, for fun and etc. I live alone, I'm into cooking since I just graduated from culinary school. I worked for Pac Bell (SF Giants) through the entire baseball season as a cook. I'm a excellent cook for all sorts of food, including Soul Food> OK! future prospects come and taste the greatest food ever. AC

67 palavras

Age: 60
Heritage: Black
Height: Taller than average
Build: Average
I smoke and I have children
Occupation: Chef

Anunciante 7

a boyfriend would be great

hey my name is Alexei , i am 31 yo , 6 ft tall ,170 lbs , worked out body , goodlooking, fun, smart , any way the best boyfriend you can ever find . looking for somebody close to my age , who is in to sports, working out and who is looking for monogamous relationship

57 palavras

Age: 31

Heritage: Hispanic/Latino

Height: Taller than average

Build: Athletic

I do not smoke and I do not have children

Occupation: cia

Anunciante 8

28 GAM iso date or friend

hello. I'm 28 y/o friendly, honest, sincere Asian boy live and work in San Francisco. I'm looking for is date, possibly LTR later, or just friend with guys around my age to 30 something. Guys who are friendly, honest, and sincere. I'm 5'7 tall, slim, slender to average Asian build with short black hair. I enjoy normal things like try new restaurants, cook at home, hang out with friends, museum, occasional clubs and bars, movie, music, nature, and etc... If you interested, please reply this ad and tell me about yourself.

91 palavras

Age: 28

Anunciante 9

Major Tom seeks Ground Control

Youthful and healthy 33 yr old looking for someone cool to hang with. Preferably someone who is not obsessed with Britney Spears, madonna, Macy's, and clubbing. no judgment, it's just not where I'm at right now. Usually, I am drawn towards things

that are not considered mainstream such as alternative music, movies, ideology, a sence of humor, romance, intamicy, exploration, growth, spirituality(not religion), and fun. No drugs and alcohol. Been there done that. (peace)

74 palavras

Age: 33

Anunciante 10

In Search Of A Friendly & Sincere GAM

Hi! I'm a Caucasian male in search of a friendly Asian male for dating and a possible long-term relationship. I live and work in San Francisco and the south bay, I'm 41, 5'11", 175, clean shaven, bald, fit, hiv-neg, drink socially, no drugs. DAY person! Not much into clubbing/bar scene.

In my spare time I like to work out, cook, watch CNN, hike, movies, have coffee and conversation, spend time with friends, and play with my cat. I'm pretty affectionate and cuddly, and like the same in another person. You don't have to be buffed, but I'm mostly attracted to guys on the slim side, 20-40, Asian or mix. A healthy, positive-energy outlook on life is essential. Photo exchange before meeting...pls. live in SF or at least Bay Area.

A few things I have to offer: A good listener, a genuine interest in and support for your goals and dreams, great massage, respect for feelings, and enough space to be your own person.

I'm out, UB2, and a sincere interst in dating and taking the time to get to know people. Thanks for reading my ad; have a great day!

198 palavras

Age: 41

Heritage: Caucasian (white)

Height: Average

Build: Athletic

I do not smoke and I do not have children

Anunciante 11

Still cute at 42?

Well, you be the judge.... Hi. I'm a loyal, affectionate 42-year-old who'd like to find a genuine caring partner. I'm a great communicator and listener. I'm attracted to caucasian men with a youthful appearance (age 30-45) slim to average build, with a great sense of humor. I'm into photography, amateur radio, music (especially boy bands-you have been warned!), travel, swimming, ice skating, occasional clubbing, and hypnosis. By day I'm an advertising executive. I'm not deeply in the gay scene - no interest in politics, fetishes, or fems. If we sound compatible and you live in the San Francisco Bay area I'd love to hear from you.

106 palavras

Age: 42

Heritage: Caucasian (white)

Height: Shorter than average

Build: Average

I do not smoke and I do not have children

Occupation: Advertising Executive

Anunciante 12

AM Seeking Friends

I know that there has to be other "normal", down-to-earth people out there who are not into the "hook-up" scene or game playing thing. Who would also like to get to know someone for more than just one night. Looking to meet someone who is liberal in thinking, intelligent, cute, sexy, around my age. My preference ethnically goes more towards caucasian men who are caring, sincere and fit. Would love to hear from you if interested.

76 palavras

Age: 33

Heritage: Asian

Build: Athletic

Anunciante 13

Young at heart and looking for you....

Hello, and thanks for taking time to read my ad. If you trust that "age is a matter of mind," and are someone who likes the company of another who may be older in age, but is as young as you in heart, then we let's chat. ISO someone between ages 30-45 to meet, date, and perhaps have a LTR.

I enjoy the simpler things in life, which means spending time together doing whatever make us happy, whether it's eating out, going to the movies, weekend trips, a night at the symphony, seeing a good play, going out with friends, or just staying home. If you're a good cook, then I can set a very nice table!

The person for me would be intelligent, warm, romantic, affectionate, like to kiss, cuddle, and make wonderful love.

I'm quote;10", weigh 160 lbs, mostly bald (who needs hair anyway). I workout 3-4 times/week.

If any of this sparks an interest on your part, send my an e-mail, and we'll go from there. Waiting to hear from you---

174 palavras

Age: 59

Heritage: Caucasian (white)

Height: Average

Build: Average

I do not smoke and I do not have children

Occupation: Manager for nat'l assoc

Anunciante 14

Lean muscular latin

I'm a 37 yr-old professional male, in shape, who is looking for other in shape guys for friendship and fun. I work out 6 days a week and am looking for someone similar. I also like travel, dancing, exploring the city, biking, blading, star trek and quiet nights at

home. Other things, too, just ask. I'm a mellow, open-minded sort of guy. Race and age are unimportant, just be happy and secure about who you are. I believe it's important to treat others the way you would like to be treated. The best way to get to know me is to just hang and talk. If this interests you, drop me a line.

113 Palavras

Age: 37
Heritage: Hispanic/Latino
Height: Average
Build: Athletic
I do not smoke and I do not have children

Anunciante 15

Let's have fun talking and

Hola,

I find interesting this kind of medium to meet people. Let me mention a little bit about myself. I am a 35 years old latino. I work in the mental health field and am studying to get a masters in social work. I am 5'10", 170lbs, black hair, and physically trim (I think). I like to hike, read, work out at the gym, get together with friends, and attend cultural activities. I like spending time doing interesting things. I am interested in getting to know someone who would like to spend time getting to know me. I am pretty much looking for guys similar qualities or somehow different since I am pretty flexible (with limitations of course).

I'd like to share more when we get in touch.

128 palavras

Age: 35
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Social worker

Anunciante 16

Looking for Dating Possibilities

Looking to date an emotionally and spiritually grounded man? That's me! I am primarily looking to casually date a man

who wants to explore getting to know another man. This includes dinners out, hiking, bicycling, walks, drives to the country-side, movie dates, conversation, spiritual exploration, and just hanging out. If we click, there's always the possibility of developing something more serious: long term relationship. But I am in no hurry.

I am 5'6, 155, physically fit, smooth, muscles (not a body builder), kind, sincere, soft-spoken, intellectually curious, ambitious, down-to-earth, strong values, educated, professional, caring, calm and introverted.

I like men that are humorous, honest, values open communication, not afraid of intimacy, SANE (without deepseated emotional problems), physically fit, active, independent, non-materialistic, kind, sincere, positive outlook, and grounded. Send me an email to explore what we can create together!

138 palavras

Age: 45
Heritage: Hispanic/Latino
Ethnic Group: Chicano
Height: Average
Build: Average
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Counselor

Aunciante 17

Looking for Romance???

My name is Jeff and I am 41 y/o, 6'2", 185 lbs. with hazel eyes and hair thinning on top but I have a hairy body. I go to the gym but don't have a "gym body".

My interests are the arts, movies at the Embarcadero and Lumiere, tennis, bicycling or rollerblading thru GG Park, dining out at new restaurants, shopping and travel.

I am in management at a technology company in San Francisco and live in The City as well. I am in excellent health, drug and disease free, including HIV-.

I am seeking a guy with common interests aged 25-45 who is grounded, trustworthy with integrity and compassionate as well as affectionate. (I love to cuddle and kiss!) Ideally, I prefer guys who are shorter in stature, weight proportionate to height and sensual with great skin tone.

I hope to hear from you and maybe we can arrange to meet for coffee sometime??

155 palavras

Age: 41
Heritage: Caucasian (white)
Height: Taller than average
Build: A little larger than average
I do not have children
Occupation: Technology Sales
Management

Anunciante 18

HI, HONEY

Hi, everybody! I'm just here to put another star out there in the sky.... I'm just a lonely gay asian guy out there in the Bay Area looking to meet other interesting gay asian people, especially guys who are older than me. I guess I'm sort of a tortured artist, except that I'm not an artist. I'm 5'11", 19 years young and a university student. I have a somewhat athletic body, although not quite.... hehehe. I'm not much into clubbing or parties or the gay scene in general. I enjoy movies, exercising, cuddling =*) and hanging out @ cafes.... so I would say that I enjoy low-key activities. At the moment, I'm looking for a meaningful friendship and/or relationship. Sorry I don't have a photo to show you, but I promise I don't look like a freak. I'm not freaky thin or freaky fat.... somewhere in-between. Thanks for reading my ad & drop me a line sometime and we can go out for a cup of java =.)

168 Palavras

Age: 19
Heritage: Asian
Height: Taller than average
I do not smoke and I do not have children

Occupation: student

Anunciante 19

Quality Asian seeks nice GWM

I am a professional Asian man, 55, 5'8" 160#, NS/ND, healthy HIV-. I am warm compatible, considerate and caring. I like traveling, movies, musical theater, reading, music and quiet evenings at home. I can cook nice Chinese meals. I have good sense of humor, can offer a lot to a relationship and have great capacity to love. I am looking for a long-term relationship. My ideal partner will be a white man, age 40-60, weight proportional to height, masculine, considerate, honest, sincere, intelligent, conversational and healthy. HIV-. I would like to spend the rest of my life with him, taking care of each other, traveling around, and contributing to our beautiful world.

"Let tranquility nourish your mind and frugality build your integrity"

122 palavras

Age: 56

Anunciante 20

Fun, Friends, and Maybe More ...

Hey! I am an active, attractive GWM with many interests and experiences to share.

Really like the style and look of Asian, Indian, Latino and Black guys a lot, but not exclusively. Always looking for new people to meet, new experiences, and to learn.

Love being outdoors, swimming, eating out, movies, cruising, talking, dancing, driving, anime (DragonBall!), chillin', gambling, and generally enjoying life and the people in it. Maybe you're the same? Hope so.

74 palavras

Age: 45
Heritage: Caucasian (white)

Height: Taller than average
 Build: Slim
 I do not smoke and I do not have children
 Occupation: Internet

Anunciante 21

Available are you?

Hi, hope your search and dating are going well. I know it's difficult and frustrating at times-have any of you made it to the second or third date with a guy? I've met many interesting and handsome men but getting to that magical third date, even when its' nice and fun, is really a challenge. I've got the time, do you?

A little about me. I love live theater and see as much as possible. Recently saw the Late Henry Moss. Love dinning out here in SF- so many intersting places to go. I grow orchids-they are so different and intersting, sort of like gay men-so many different looks and types. Speaking of which, I really don't have a type, although kindness and courtesy are big on my list of what I like in a man-that an a cute smile.

I like lounge music, you know, Sinatra, Yma Sumac, Keely Smith and Louis Prima, Dinah Washington, Sarah Vaughn. It's fun, nostalgic and entertaining.

I have gray temples and have been told nice thighs and buns? You decide. Happy

Husband Hunting-Brian

179 palavras

Age: 41
 Heritage: Caucasian (white)
 Height: Taller than average
 Build: Average
 I do not smoke and I do not have children
 Occupation: the best legal secretary in SF

Anunciante 22

My Beau should be my Best Friend

GWM, 38, 6', 165#, brown hair/eyes

I enjoy many activities and spend much of my time outdoors whenever possible. Although I have only a few passions in life (travel & eating) I enjoy trying new things and exploring parts of myself that I know little about.

I like quiet times, I enjoy long converstaions and I like parties. I am driven by the variety that life offers.

I am interested in meeting other men who also have such interest in life and enjoy sharing their time with others.

88 palavras
 Age: 38
 Heritage: Caucasian (white)
 Height: Average
 Build: Athletic
 I do not smoke and I do not have children
 Occupation: Technology Consulting

Anunciante 23

Professional Top will please your bottom needs

I am a professional Top 7.5c ready to please your needs. Service is provided by a 32yrs handsome Greek/Italian. I am 5.11 at 155 with long brown hair and eyes ready to meet your needs and provide you with a professional service. Please email me at to set up arrangement and meeting.

52 palavras

Age: 32
 Occupation: Professional bottom pleaser

Anunciante 24

Fun and Loving Guy in SF Looking for my Romeo

Hi, my name is Dave and I'm in search of new adventures and people to embark with I'm interested in meeting guys that are fun, loving and interesting. Guys who have a desire to form a LTR. I am mostly attracted

to other latinos and white guys around my age. But ultimately, it's the chemistry between us that decides. I'm open to a great adventure. :)

I'm an independent, professional, outgoing and kind guy. I do tend to be shy at first, but that quickly desolves as I get comfortable with the situation. I tend to work a lot, but leave plenty of room to spend with my friends and family whom are at the top of my list.

I enjoy a lot things, such as dancing, cooking, dinning out, movies, taking short day or weekend trips to Santa Cruz, Napa, etc.. I would like to meet a guy that enjoys these type of activities. If you are interested, let me know...thanks and take care...

164 palavras

Age: 28
Heritage: Hispanic/Latino
Height: Shorter than average
Build: A little larger than average
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Paralegal

Anunciante 25

If you want a 36 year old, I am your man!!!!!!

I am 36 years old, and i live in teh great city of Sanfransisco. I love to be outside, and to play sports. I want partners, either couples, or singles or groups anything. I am very versital, and would love to hear from you if you are 30 and older. E-mail me with your pic, i will only respond to e-mails with pics. WE can set up a time to meet, or just chat. I am Waiting for your e-mails!!!!

81 palavras
Age: 36

Anunciante 26

QUALITY CAUCASIAN in SAN FRANCISCO--ALL RACES APPLY

Hello Everyone, I am Ernest, 54 yo "Caucasian" in San Francisco. (See recent photo). HIV neg., healthy, intelligent & caring. Experienced in general & with love (& sex) in particular. I like ALL races; I relate to individuals. I am one of those "professionals." Write me & find out more! You can be up to my age; I am a good "mentor" for younger guys. So....just write to me & we will begin!

You know, they provide lots of space for these ads. Am I leaving out anything essential?

89 palavras
Age: 54

Anunciante 27

European

This is a goodlooking European who is looking for a real friend and lover. Let's find out if we have the chemistry. I prefer someone who can laugh from inside and through the eyes ...

I'm interested in Outdoors-activities like horsebackriding, Rollerskating, hiking etc. Going to the movies, Opera, or holding hands with the special someone. I'm 6', 185
My favorite Note:

"The challenge is to be 'yourself' in a world that is trying to make 'you' like everyone else"

80 palavras

Age: 30
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Athletic

Anunciante 28

great super furry bear,needs chaser to improve both our life

hi im ppaupy im 37 living in essex im bloke with a large build,and baby it aint muscle so if big dont do it for then dont read on.i have a shaved head,ring in eyebrow,goatee,and tattoos,also very,very hairy all over!!im5"11

and white.im looking for a great man(is there one)i live in hope he should be a n/s under 6" but over 5"6 dark qshort hair uite hairy, but above a kind honest man,if thats you then please get typing bye for now.

82 palavras

Age: 37
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average

Build: Large
I do not smoke and I do not have children
Occupation: home engioneer

Anunciante 29

It's about time...

It's about time..... I placed this add.

Is it just me or is it getting harder to meet people?

I'm a 35 y.o slim, intelligent, good looking man whose looking to meet someone to wake up with in the morning.

At the moment my time is spent between London and Kent, where I work part time.

The rest of my time, I like nothing better than relaxing with friends over a good meal and several bottles of wine, having worked in the arts I also love the usual theatre, cinema and gallery stuff as well.

So if you think 'it's about time' too, and your between 28 and 40, intelligent, attractive and have some of the same interests, get in touch...

David

121 palavras

Age: 35
Heritage: Caucasian (white)
Height: Taller than average
Build: Slim
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Making the most of life

Anunciante 30

Good Time Wanted

Hi I'm looking for a good time with no attachments. I enjoying going to the cinema and clubs, eating out and going to the gym.. I am a funny guy, who takes time with my appearence and enjoys working out. I am a 6ft tall white male and would like to here from anyone who likes what they read and is wild, energetic and exotic. Waiting to here from you soon.

71 palavras

Age: 30
Height: Taller than average
Build: Athletic
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Stock Broker

Anunciante 31

Genuine guy

Hi ya'

I'm extremely friendly and very easy to get along with, , sensual, loving, tollerant, patient, generous with a great sense of humour, who tries never to take anybody or anything for granted, but above all, genuine and honest. Plus I have a brain (I hope!)

In looks, I have blue eyes, dark brown hair and am 6 foot tall with a swimmers build.

Ultimately looking for 'THE'1-to-1 relationship, but also hope to make some good friends on the way.

Hey, if you are between 20-45,from anywhere in the world, contact me and see where it takes us.

Take care

Paul

102 palavras

Age: 34
Heritage: Caucasian (white)
Height: Taller than average

Build: Athletic
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Media - (Music & Film)

Anunciante 32

Exotic indian !!

I am looking for a 50yr old(+5) caucasian for friendship and more iam too old now to get into any passionate love affairs I am mature and too set in my ways but very lonely and looking for that man who will put that missing spice in my life iam a successful professional and live in london.I love entertaining, eating out(which I seem to do a lot) love the movies and theater. lo am a ken sportsman and play a good round of golf .I am looking for a mature man who is independent yet lonely like me is intelligent and loves having a friend and a good company.I am sincere and very caring. Ia m not very good at advertising as this is my first time so if any of this catches your eye please drop me a line .All replies with a photo will be immediately answered thanks for stopping to look at my add lots of love and good luck !!!!

165 palavras

Age: 45
Heritage: Asian
Height: Average
Build: Average
I do not smoke and I do not have children
Occupation: professional

Anunciante 33

hi there avetrage looking 39 yr old white guy looking for passive or versatile guys for good times. I am of medium build with brown hair/eyes, i am 5! 7" tall with 8" ready to use. New photo's about to be taken will be available very shortly. If you are interested to find out more do not be affraid tom contact me on the raunchier the pics the better

69 palavras

Age: 39

Occupation: 172

Anunciante 34

GOOD-LOOKING bloc not looking for ...

Cheesy chat-up lines.

Great listener (not always) with a very dry sence of humour. I am Anthony, I live in Central London and work in politics. I am good looking and I don't need to include a photo to prove it, if you are into dark haired, brown eyed, Mediterranean-looking 5ft6 bloke (non-camp but not macho, just myself)then it's well worth writing back. I am looking for a guy around my own age (24), although prefer slightly older.

It's the right combination that counts - I need a guy who is interested, attractive, intelligent sexy and I can laugh with!

I try and stay fit, I go to the gym 3 times a week but am not a muscle Mary. Interested - then please write back Speak to you later

127 palavras

Age: 24
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Athletic
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Political Consultant

Anunciante 35

street soul freakin you

I'm a wht funki guy looking for a one on one relationship..

I know what I want so you should too!
I enjoy the high life.....who doesn't!

I'm a music & media fan

I also like a good rave
but know when to hold back & say let's chill.....just me & you.....

I'm looking for a blk guy to warm my heart & soul

63 palavras

Age: 33
Height: Shorter than average

Build: Athletic
I do not smoke and I do not have children
Occupation: sales & marketing

Anunciante 36

STRAIGHTACTING GUY LIKES STOCKY GUYS

I like stocky built or bigger men, preferably 26-45 that have their own mind and claws. Stubble, goatee not a problem! Fine if you're active, but I am easy.

I am 6'2" tall, fit, blue eyes. Brownish hair. Straightacting. I'm tolerant, got a sense of humour which is important. I am honest and also a good listener.

not crazy about the gay scene though it has its moments. Prefer to meet normal people and not screaming queens. I believe you can be gay without having to shove it in everyone's face.

music is essential to me. I also love cooking a lot, especially pasta. I like to go out for a drink and a laugh now and again with friends. I do miss having a special someone in my life, suppose that sounds old fashioned in many gay men's ears?

looking forward to meeting you!!

129 palavras

Age: 32
I do not smoke and I do not have children

Anunciante 37

skidwalker: Tall dark n handsome

Hi there all, Im a mixed race guy, ex-model material, goodlooking (but not vain), looking to meet black or mixed race guys in London or US, for fun and friendship. Looks not important, brain is. If you like the look/sound of the ad, drop me a line and Ill get u back.

52 palavras

Age: 27
Heritage: Other (not listed)
Height: Taller than average
Build: Athletic
I do not have children
Occupation: Health Promotion Manager

Anunciante 38

Looking for my mr Right

My Name is mark and i'm 28 years old looking to meet men to find my Mr Right for a one to one relationship should it happen.

I'm 5FT 8IN tall with a 30 waist and i weigh 9.5 stone, i have dark hair (Short) i would say that my best attribute is my sense of humour and personality.

I enjoy a laugh and joke and can be very serious but above all i would say that i'm honest and trustworthy, i'm looking for the same in a person and someone who enjoys my company as i do theirs.

WEll i'm a genuin guy who has a lot to give others so if i sound what your looking for the contact me..

Thanks for viewing my site... Mark xxxx

129 palavras

Age: 28
Height: Average
Build: Slim
I smoke and I do not have children
Occupation: Control room operator

Anunciante 39

Belgian chocolate

sweet Belgian MA student living and working in vibrant london; 22, Leo, boyish, blue-eyed and pale, 1m67, funloving; love clubbing, dining out, anything cultural, film, romantic treats... looking for a nice middle eastern guy (20-35) to go out with; you= not too tall, fit, easy-going and fun, who likes a night in and a night out on the town,

discussions, art and dancing! read from you soon xxx

68 palavras

Age: 22
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Athletic
I do not have children
Occupation: student

Anunciante 40

older gentlemen sought by young son

Are there any sincere mature gentlemen 50-70 out there that have the good old fundamental belief that they should be the active and leading part in a relation. It all works out more nicely between a younger and a mature male. I'd like a mature man to show me essential things, maybe you are or have been married, and found that you like younger guys, but still feel comfortable in the old-fashioned manly role matching me being the passive part. You might be curious and only wanting a sexual connection, but i am easygoing.

Would like to satisfy and tease, maybe putting lingerie on for an evening or something similar that you might like.

I am a slim young man/boy,25, 6'1" tall, brown hair, blue eyes, goodlooking i'm told.

122 palavras

Age: 25
Height: Average
Build: Slim
I do not smoke and I do not have children

Anunciante 41

eastern europe loving guy

somebody with great sense of humor, sexy, not neceserry good loking with big hart, sensitive, straight acting like me. The rest we can get together. Me? Slim athletic body. Tall and blondish. Great sense of

humor - I hope. Love to eating out or just at home together with somebody who i really love. I don't want anything ordinary but something very special

63 palavras

Age: 24
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Athletic
I smoke and I do not have children
Occupation: restaurant manager

Anunciante 42

Hopeless romantic..... looking for love

Firstly, thanks for taking the time to peruse this ad, I hope it holds your attention longer than it took to click your mouse button!

About myself, I am a 40yo GWM, an average kind of guy, living an average kind of life. Where is that elusive man who is going to light up my life? I'm caring, honest, genuine and, I believe, have a great deal to give to the right person. I am searching for someone to share my life with, go to a show, eat a meal together, share a bottle of wine, or just be.

I enjoy a wide range of pastimes. Music - eminem to enya, movies - Sleepless in Seattle to Star Wars, musicals - Mikado to Mamma Mia, books - Stephen King to Alexander Kent. Have I touched a spark or rang any bells? If so, drop me a line - you've got nothing to lose and potentially a great deal to gain.

Take care of yourself, wherever you may be and may your search be fruitful.

Love Graeme x

177 palavras

Age: 40
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Average
I smoke
Occupation: Personal Assistant

Anunciante 43

Seeking friends

Hi, If you are looking for a friend who loves to chat n an easygoing person, (well, I think that's what I'd like to be..)why not drop a line

I'm 33, 168 cms, 29 wst,58kgs, and new in London. Wolud like to hear from you if you are between 30 n 40, in North /central London area.

57 palavras

Age: 33

I smoke and I do not have children

Anunciante 44

Look for the one! Interested

Hi, my name is andy and I live in brighton but I am regularly up in london.

i am 5'11, brown hair and blue eyes, people say that I am good looking but that is up to you to decide!

i work on the gay scene in brighton but I also have a job during the day!

i am in to swimming, clubbing, drinking and thigs like that and quiet nights in!

i am looking for friends to caht and meet up and possible evolve into more but only time can tell!

well if you are still awake after reading all that aand you are interested get back!!!

108 Palavras

Age: 20

Height: Average

Build: Athletic

Anunciante 45

Gay

Im an 18 year old performing arts student in the Essex area who is looking for someone who is roughly the same age. Im 6ft slim with dark brown hair, and been told good looking. I like to go our clubbing and having a laugh, im really into the theatre.

Im looking for someone in the same area who is also fun to be with and isnt shy about having a laugh! Im really into chart music as well as garage, especially steps!! If you like what you read contact me.

91 palavras

Age: 18

Anunciante 46

Friendship is the wine of life!

I am an easy-going guy who likes to travel, wine and dine out, the movies, the theatre and attend any other events of interest. I use to play Tennis when I lived in Ireland but since moving to the city that has gone by the by. I work as a nurse in an A&E setting in a hospital in West London, I enjoy what I do it can be fairly hectic at times but is changing all the time and you never know who is going to walk through the door at any time, which makes the work I do very varied. My ideal guy is someone who is caring, can have a good laugh and not take life to seriously as we only have one chance at it. I would like to meet someone who also likes to travel, go out for a few drinks and have cosy chats about anything as I am open-minded and liberal. I like spontaneity, I like to love and be loved should I meet the right person. Trust and fidelity are good characteristics to possess, you cant go to far wrong if you have got them. Apologies that I have no photo available, I have shoulder length brown hair, blue eyes,65kgs,5ft8in and that is me, hear from you soon?.

198 palavras

Age: 30

Heritage: Caucasian (white)

Height: Average
 Build: Athletic
 I smoke and I do not have children
 Occupation: Nurse

Anunciante 47

wussssssssssup!!! :O) lol

anyways hiya's to anyone whos reading this add!!! anyways im 18 in london and..... well realy theres not much to say bout that!! Lol and im looking for just friends (or more-whatever, its all good) anywayserrrrrrr im sort of done!!! lol (i dunno what else to say!) well if u like what u see drop me a line vic xxxx (61)

Age: 18

Anunciante 48

You never know,

what is going to happen. Life is unpredictable, don't you think?

I am a 33 y.o., intelligent professional guy (a doctor) with dark brown hair and brown eyes. I would like to say "very good looking", but it's up to you to judge:).

What do I like to do? "Walk along the beach with wind in my heart" (a joke:) All good things in life: travel (long relaxing holidays and short breaks), theatre, music - from classical to modern, opera, nice food and wine. Usually, I prefer to go out, than to stay at home, but I would like to stay in sometimes for a romantic dinner (I like to cook, but hate cooking just for myself). I really enjoy a good conversation - I'm quiet, but very good listener).

Trying to keep fit - gym, tennis, dancing.

So, if you are 23-35, intelligent, fairly good looking and share at least some of my interests - get in touch.

May be we'll just spend a nice evening together, or become close friends for the rest of our life - you ever know...

Peter

184 palavras

Age: 32
 Heritage: Caucasian (white)
 Height: Taller than average
 Build: Average
 Occupation: MD

Anunciante 49

Seeking for Friend

Seeking for a Friend, preferably Black African Man. Slim, atheltic or average body but not overweight and not Ladylike. A real Man. All you need to be is honest and yourself just like me.Beauty is only skin deep, what matters to me is your inner beauty. I like learning from others and share what I have and what I know.

I like computing, photo, music, walking, travelling, gym and intimacy. I am tired of those who start an email relationship and stop for no reasons.

If you decide to answer, send me a recent pic.

95 palavras

Age: 35

Anunciante 50

Young Guy Looking For Long Term Relationship

Hello All,
 I am 22 years old, have ginger hair, am little over weight and have hazel eyes. (At least I am Honest)!!!!!!!!!!!!!!

I am on the Look out for a man aged 21 to 30 years, who is looking for a long-term relationship.

My life can be hectic and busy so i don't really enjoy going out clubbing and drinking all night. I prefer to stay in or go out to a pub and enjoy each others company. The

cinema is also a great passtime of mine and I love music.

I guess that I am a Romantic at heart I love all of that lovey dovey stuff. So if you think that you are the man for me, reply to this ad!!

124 palavras

Age: 22
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: A little larger than average
I smoke and I do not have children
Occupation: Student Nurse

Anunciante 51

tall v slim 26 seeks soul mate

Hi im Russell
We all know happiness begins with yourself
Im looking to expand on that
Ok about me
Im .2 all 11 st i have blonde hair and blue eyes
During the day i work in central london as a hairstylist ok ok ok its a very gay job but hey im good at it.
I have also been known to do dragshows in my spare time and have been in a boygeorge video dressed as madonna
KEYWORDS friendly/outgoing lively/caring artistic/extrovert romantic/loyal intelligent (or so im told)
looking for guys are above all funny masculine and honest between the ages of 25 40 years old someone who is looking for friendship and more
KEYWORDS strong/athletic masculine yet sensitive independent/open-minded romantic

122 palavras

Age: 26

Anunciante 52

25 yr old Pakistani guy looking for an oriental guy

Hi, I'm a 25yr old Pakistani guy living and working in London. I'm 6ft2", 90kgs, and average looking. I enjoy most things in life, and am looking to meet someone to share those things with me, either as a boyfriend or just a friend. I can be quite sensitive sometimes but very loving. If you're interested then drop me an email and I'll tell you more about myself. Hope to hear from you. Bye! S.

75 palavras

Age: 25
Heritage: Asian
Height: Taller than average
Build: Average
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Software developer

Anunciante 53

Fun Guy seeks same

I've recently found myself pretty tired of the "Club/Pub Scene". Not that it's not fun for the occasional laugh with a few friends, but it's not really a place to meet someone for a longer lasting friendship or a possible relationship.

Anyway, I'm 34, good looking, witty, loads of fun, and charming (sounds a bit awful to say that). I'm fit, go to the gym regularly (not a "Muscle Mary"), and am 5'10 1/2, have short dark blonde hair, hazel eyes, and weigh 12 stone. I am interested in fit, good looking guys like myself.

Aside from work and the gym, I do make time for fun. I enjoy going out to dinner with friends, exploring new bars and restaurants and going to films. Occaionally a club and/or pub is fun, but usually go with a group of friends.

I enjoy travelling, nice clothes, good food, and good wine

I am warm, since, and just a nice guy looking to share my life with someone special. I have lots of friends, and really enjoy being with people.

177 palavras

Age: 34
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Athletic
I smoke and I do not have children
Occupation: Self-employed

Anunciante 54

18 yo male in south looking for something special??

hey, i am a student, doin a degree in languages at the moment in kent! Have only been out for about a year, and am intereste din meeting nice genuine guys for fun (that is non sexual):-) and well whatever may happen, I just want to be happy at the end of the day like i think most people, and thought i would give the internet thing a go, nothin to lose, have many interests.....am quite a complicated person but nothing terrible am a cancerian so have a deep persoanlity! so im told! :-) am not bad looking, generally sociable,, am waiting for your email.... take care ross

109 palavras

Age: 18
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Slim
I do not smoke
Occupation: student

Anunciante 55

Come sailing?

31 year old professional male, 5'10", 75kg. Quiet but adventurous nature. Enjoys outdoor life: horse-riding, sailing, swimming, walking; culture: cinema, music, opera, reading, theatre; indoor life: good food, wine, friends, company, nights in front of the fire. Not into the scene but willing to venture out occasionally with the right company.

Seeks similar, intelligent, clean-living, honest, caring, masculine male 26 - 36yrs for friendship hopefully leading to a long-term relationship. I don't believe in wish-lists but honesty and the ability to communicate are essential. So if any of this resonates with you, drop me an e-mail and let's see what the future holds. Thanks and all the best for 2001.

110 palavras

Age: 31
Heritage: Caucasian (white)
Height: Average
Build: Average
I do not smoke and I do not have children
Occupation: Professional

Anunciante 56

Looking for a steady boyfriend

I am a GWM, 38, professional, living and working in London. I like theatre and cinema, and hanging out with friends. I like eating out but I'm also a good cook myself. Pubs and clubs don't really interest me. Friends say I'm 'well travelled, urbane and sometimes a bit bookish'. I'm looking for a steady boyfriend living in London.

59 palavras

Age: 38
Heritage: Caucasian (white)
Height: Shorter than average
Build: Slim
I do not smoke

Anunciante 57

WHO CAN MAKE MY LIFE HAPPY
!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

Hi I am looking for a good friend,
Why have I placed the ad: well its difficult to meet people some times in this world, and some one may live around the corner and I would never know. I am looking for a longteam relationship. I would relocate if the right person came along, but no one

has come yet" I am residing in europe, I am in height 5, 10 (178cm) weight 155 lbs, black hair, brown eyes, and good looking handsome guy.

I am coming from a respectable family, friendly, kind sincere, person. I hope to hear from you soon. Drop me a line.

105 palavras

Age: 30

Heritage: Asian

Height: Average

Build: Slim

I do not smoke and I do not have children

Occupation: International

Anunciante 58

Work Hard 2 Paly Hard?

Hi,

I'm looking for a guy who's determined to grab what life has to offer them and not sit back while life drifts by.

I plan my career but hate planning my social life, instead I enjoy unplanned activities like weekends away in remote old english hotels, clubbing, cinema, can't cook but enjoy watching others show me how! I enjoying drinking with friends both off and on the scene.

I'm told I have a dry sense of humour, reliable, loyal and still class many school friends as good friends today.

Finally I'm looking for a guy that I can trust, who realises head games are a waste of time and who's ready to settle down.

Asking too much? Let me know!

121 palavras

Age: 25

Anunciante 59

searching for a soulmate

I'm 5'10", short brown hair, blue eyes, slim and straight acting/looking. Mid-thirties but everyone thinks I look younger. My interests include reading, writing poetry, bars and clubs, country walks, driving, quiet nights in, mad nights out (or vice versa) and romantic walks on deserted beaches at midnight. I'm very easy going; in fact I'm so laid back that some days I can't get out of bed:) I'm kind, understanding and always willing to try something new. Ideally I'm looking for a partner under 27 as I get on better with younger people although I have friends of all ages and enjoy making new ones.

104 palavras

Age: 37

Heritage: Caucasian (white)

Height: Average

Build: Slim

I smoke and I do not have children

Occupation: driver

Anunciante 60

active chunky guy seeks receptive obese chubby 60's+.

london.1058 model. active chunky guy.6ft tall. loyal. affectionate. down to earth. good kisser. nice soft gentle touch. genuine guy. smoker. fair skinned. moustached. good sense of humour. likes watching telly in bed. i like my cup tea of bought to me in bed by a obese receptive nude chubby. up's and down's kiss and make up leading to sex. everyday things such as swimming. carboot sales. street markets. i also like to come home to nice warm bath and after that my dinner on the table. i also like indoor nudity. i have short cropped hair.i do speak my mind.a little bit tactless. but dont mean it. i also like being sucked. i dont like any tattoo's on your body.(am looking for someone like ray bradbury/hugh lloyd/godfey smith).is seeking a longterm live in one-to-one relationship with a 1929 model. receptive obese chubby. golden oldie. full of fun and frolicks.5ft/5ft 9".gsoh.nicely groomed sunroof. full m.o.t. big bottom. soft silky skinn. smoker/ non

smoker. stay at home type. your photo gets mine.

142 palavras

Age: 42

Anunciante 61

I just to be happy with you!!!!

Hi guys

I am a good looking guy living in East London, 36, 5"10 slim with short brown hair, blue eyes, I enjoy many things like travelling, eating out staying in, my friends and much more. I am looking for a guy to build a good friendship with leading to 121, someone who is good looking slim, fit but most of all, sincere, down to earth, who can hold a conversation and enjoys lots of love and sharing is everyday life.

thank you for reading my ad.

I waiting for your reply.....

92 palavras

Age: 35

Height: Average

Build: Slim

Anunciante 62

40's guy looking for friends for fun

I'm a 45 year old good looking GWM looking for a similar or younger guy for fun and friendship. I'm an architect, like to work and play hard. I enjoy art, design, science,

architecture, photography, theatre, cinema, going to restaurants and pubs - eating out and eating in. I'm looking for a soulmate with similar interests to have fun together and with whom to develop a friendship; perhaps more with the right guy.

73 palavras

Age: 45

Heritage: Caucasian (white)

Ethnic Group: Scottish

Height: Average

Build: Average

I do not smoke

Occupation: Architect

Anunciante 63

Mr Right.com-UK-via-Africa

Chocolate and champagne. Share evenings sipping a drink in my hot tub; or a scrub in the shower, followed by a massage with my home-made shea butter rub! Successful African professional seeks financially stable, confident, honest black man for fun and romance. I like a positive outlook on life and a good sense of humour. I am sophisticated yet down-to-earth; a dreamer, yet a doer. Can be comfortable in Gap jeans, Gucci - or both! Like the beach, mountains, roses, cycling, reading and just cuddling up to my right guy. My fantasy date is a week at a river or seaside cottage in a black country. What's yours? Let me know.

111 palavras

Age: 34

Heritage: Black

ANEXO 2

Escolhas lexicais, com apenas uma ocorrência nos textos do corpus para caracterizar o Anunciante

Personalidade

ambitious	generous	reliable
artistic	good kisser	self assured
calm	intellectually curious	sense of humor
cancerian	introverted	serious
centered	leo	shy at first
communicator	liberal	smart
considerate	lively	smooth
cuddly	loving	soft spoken
doer	mature	sophisticated
dreamer	nice	spiritually grounded
easy	nice soft gentle touch	strong values
educated	not vain	too set
emotionally	open minded	trustworthy
experienced	outdoorsey	understanding
extrovert	patient	versital
free-spirited	personality	willing
funny	quite complicated	witty
generally socialable	quite sensitive	

Aparência Física

Black hair	Gray temples	Pale
Bloke with a large build	Hairy	Physically fit
Blond hair	Hairy body	Shaved head
Blondish	Hazel eyes	Short dark blond hair
Boyish	In shape	Shoulder length
Chunky	Little over weight	Slender to average Asian build
Clean shaven	Medium build	Straight looking
Dark hair (short)	Muscles	Totally masculine
Don't look like a freak	Nice thigh and buns	Trim
Ex model	Not a muscle mary	Worked out
Fair skinned moustached	Not bad looking	Young
Ginger hair	Not freak fat	Younger
Goatee	Not freak thin	Youthful

Status profissional

MA student

Idade

1958 model
cute at 36
mid-thirties

Estado de saúde

Excellent health
Healthy
Healthy HIV-
HIV-
HIV positive
HIV+

Origem étnica

African	Mixed race
Black	Native American
Good looking European	Pakistani
Greek/italian	Sweet belgian
Latino	

Active	Straight acting
Sensual	Top

ANEXO 3

Escolhas lexicais, com apenas uma ocorrência nos textos do corpus para caracterizar o Alvo

Personalidade

adventurous	liberal in thinking
big heart	lonely
clean-living	loving
compassionate	nice
considerate	non-materialistic
conversational	not afraid of intimacy
courtesy	not consumed with the gay scene
curious	not shy
cute	open communication
cute smile	open-minded
down to earth	positive energy outlook
easy going	positive outlook
elusive	receptive
energetic	sane
exotic	secure
great sense of humor	sensitive
happy	special
humorous	stay at home type
integrity	trustworthy
interested	versatile
kindness	warm
leading part	wild

Aparência

bearded	great skin tone	shorter in stature
bigger	in shape	soft silky skin
brown eyed	interesting	stocky built
chubby	not necessary good looking	strong
dark haired	not overweight	stubble
dark short hair	not too tall	weight proportionate to height
frolicks	obese	younger
goatee	quite hairy	youthful

Status professional

Financially stable
Stable

Idade

1929 model	between 25-40
21-30	can be up to my age
26-36	gentlemen 50-70
30 and older	golden oldie
around my age	older than me
between 23-35	same age
between 30-40	slightly older

between 20-45	under 27
---------------	----------

Estado de saúde

healthy
Healthy HIV-
HIV+

Origem étnica

Indian	Middle eastern
Irishman	Mixed race
Mediterranean	

Sensualidade

big bottom
nude
passive
sensual