



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE PSICOLOGIA**

CAIO HENRIQUE PEREIRA

**AMOR EM TEMPOS FLUIDOS: UMA REVISÃO INTEGRATIVA DA
LITERATURA BRASILEIRA**

UBERLÂNDIA

2023

CAIO HENRIQUE PEREIRA

AMOR EM TEMPOS FLUIDOS:

UMA REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA BRASILEIRA

Trabalho de Conclusão de Curso de Psicologia da Universidade Federal de Uberlândia – UFU – Campus Umuarama, como requisito para obtenção do título de Graduação em Psicologia sob orientação do Prof^o. Dr^o Airton Pereira do Rêgo Barros.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE BERLÂNDIA

INSTITUTO DE PSICOLOGIA

UBERLÂNDIA

2023

CAIO HENRIQUE PEREIRA

**AMOR EM TEMPOS FLUIDOS:
UMA ANÁLISE BIBLIOGRÁFICA**

Trabalho de Conclusão de Curso de Psicologia da Universidade Federal de Uberlândia – UFU – Campus Umuarama, como requisito para obtenção do título de Graduação em Psicologia sob orientação do Profº. Drº Airton Pereira do Rêgo Barros.

Aprovado em:

Prof Dr. Airton Pereira do Rêgo Barros

21/06/2023

Prof Dr. Ricardo Wagner Machado da Silveira

21/06/2023

Prof Drª Pricila de Sousa Zarife

21/06/2023

UBERLÂNDIA

2023

AGRADECIMENTOS

Agradeço a mim mesmo pela resiliência que criei ao longo de toda a minha graduação, principalmente, nos momentos finais, quando tive que conciliar a vida acadêmica com outras áreas de minha vida.

Agradeço, em especial, à minha avó por todo o incentivo emocional e financeiro a mim oferecido antes mesmo do meu ingresso na graduação.

Gratidão aos meus familiares, sem exceção, por toda ajuda ao longo de minha graduação, ajuda também financeira e emocional, cada um ao seu modo. Sou muito grato por terem me proporcionado o acesso à educação e por não me deixarem desistir e transformarem um momento tão tenso em algo tão prazeroso.

Agradeço a todos os meus amigos, os anteriores e os posteriores à graduação que, de uma forma direta ou indireta, me ajudaram e me apoiaram ao longo dos cinco anos de trajetória, sempre me acolhendo e trocando conhecimentos comigo.

Agradeço grandemente ao Ramon Arthur J. da Silva por toda ajuda, por toda troca de experiência e indicações de referências bibliográficas ao longo da estruturação deste trabalho, permitindo com que a experiência ao longo do TCC se tornasse cada vez mais clara e leve.

Por fim, agradeço a todos os professores com quem tive contato na graduação. Agradeço por compartilharem o conhecimento, pelos momentos de reflexão e por toda troca ao longo desta jornada de aprendizagens.

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi realizar uma revisão bibliográfica integrativa nacional sobre o uso de aplicativos de relacionamentos, com o intuito de verificar como se estabelecem as relações de caráter afetivo e sexual nesses aplicativos .buscou-se, Analisar trabalhos que tratassem das formas de realização desta nova forma de se relacionar, usando termos que os unissem, tais como, a comunicação, as performances virtuais, as motivações para esta busca, os tipos de linguagens, de grupos, de representações sociais e ambientais. Estes aspectos convergiram nos artigos selecionados para apontarem uma busca que envolve práticas sociais estabelecedoras de novos sentidos para os relacionamentos.

Palavras-Chaves: aplicativos de relacionamentos; relacionamentos virtuais; Tinder.

ABSTRACT

With the general objective of carrying out an integrative bibliographical review on the subject the use of dating apps in order to verify how affective and sexual relationships are established in these apps, we sought, then, to analyze articles, specifically, that dealt with the ways of realizing this new way of relating, using terms that united them, such as communication, virtual performances, motivations for this search, types of languages, groups, social and environmental representations. These aspects converged in the selected articles to indicate a search that involves social practices that establish new meanings for relationships.

Keywords: relationship apps – virtual relationships – Tinder.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Artigos levantados e analisados para a composição deste TCC	25
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	08
2. REVISÃO DE LITERATURA	11
2.1. Aplicativos de Relacionamentos, Corpo e Erotismo	11
2.2. As Novas Formas de Comunicação	14
2.3. Performances Virtuais	16
2.4. Motivações	17
2.5. Linguagens, Grupos e Representações Sociais	20
3. MÉTODO	21
3.1. Delineamento	21
3.2. Procedimentos	23
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	24
5. CONCLUSÃO	37
6. REFERÊNCIAS	39

1 INTRODUÇÃO

Desde os anos 2000, o mundo da tecnologia tem atravessado grandes mudanças. Entre elas, o acesso à Internet banda larga e o desenvolvimento de Novas Tecnologias da Informação e Comunicação (NTIC) como, os celulares *smartphones*, *tablets*, entre outras formas de tecnologia que têm gerado uma grande revolução na forma de viver e de se relacionar das sociedades ao redor do mundo. Essas tecnologias resultam em novas formas de relação com o trabalho e os estudos, influenciam às noções de espaço/tempo, bem como as dinâmicas dos relacionamentos humanos.

Perpassando a ampliação desses dispositivos, das formas de uso e das mudanças no modo de encarar as tecnologias comunicativas, tem-se a ampliação de estudos antropológicos das relações humanas, em suas diversas nuances, desencadeadas pela digitalização (Miller, 2017), originando um campo de estudo denominado de antropologia digital, para qualificar e para abordar o tema de forma mais ampla, mais geral. Esta nova área de saber investiga o vínculo entre as relações socioculturais e os usos de plataformas, dispositivos e aplicativos digitais contemporâneos, programas que funcionam como ferramentas de acesso a serviços e, até mesmo, gestão de vida do indivíduo (aqui compreendido como ser humano inserido em um ambiente social).

Toda essa forma de comunicação é possível por conta da democratização das redes de informação. Na Internet, todos podem ser produtores e/ou consumidores de textos, remetentes e/ou destinatários das mensagens, que proporcionam uma maior e mais rápida interação entre os indivíduos. Essa interação tornou-se um marco, pois, até alguns anos atrás, era a grande mídia quem detinha o poder de toda a informação que era transmitida. Os indivíduos não possuíam liberdade para interferir, se expressar ou produzir os conteúdos que

eram transmitidos via jornais, revistas e televisão. O que eles podiam fazer era escolher se iriam, ou não, consumir aquele tipo de conteúdo.

Quanto à natureza deste trabalho, optou-se pela pesquisa bibliográfica sobre as motivações e o uso de aplicativos de relacionamento, pois ela é fundamental para entender o fenômeno dos relacionamentos virtuais e suas linguagens e expressões e performances/motivações, e, por conter o pensamento de outros autores que, a partir de uma revisão integrativa da literatura, exploraram o tema, trazendo visões e conclusões que proporcionam novas pesquisas, motivando, promovendo uma pesquisa de caráter exploratório.

Tais questões, mesmo sendo norteadoras, não visam respostas diretas e determinantes, tampouco busca o esgotamento do assunto, pois leva-se em conta que estão contidas em um campo de caráter subjetivo, sejam das relações, da cultura e/ou das identidades humanas. Nesse caso, a motivação será vista no sentido de ser algo que ocorre de dentro para fora, diferentemente do contexto de criar ou descobrir algo que pode ser feito para interferir na vontade das pessoas. Entretanto, não se pode negar que a motivação depende de contextos específicos para emergir.

O objetivo na elaboração deste estudo é realizar uma revisão integrativa nacional sobre uso de aplicativos de relacionamentos, com o intuito de verificar como se estabelecem as relações de caráter afetivo e sexual nesses aplicativos; realizar uma análise acerca do conteúdo dos artigos selecionados; compreender as motivações que levam ao uso de aplicativos de relacionamento; compreender as convergências e divergências no que tange ao uso de aplicativos e suas possíveis motivações.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Aplicativos de Relacionamento, Corpo e Erotismo

De acordo com Levy (1999), foi através da nova forma de comunicação que culminou na popularização da Internet e no crescimento do ciberespaço, que houve a permissão de uma comunicação coletiva e sem restrições. Como ressalta Marshall (2014), a rede de comunicações compõe um novo espaço onde o meio de comunicação realizou o projeto da universalização das tecnologias em um único instrumento e uniu todos os homens em uma grande esfera de sociabilidade e cultura.

Graças ao surgimento das redes sociais munidas de diversas funções, sendo uma delas comunicar-se com quem nunca se encontrou pessoalmente, é possível trazer para o contexto dos aplicativos de relacionamento uma experiência na qual os indivíduos procuram por parceiros de relacionamento e/ou sexuais, alterando a antiga dinâmica que antes ocorria presencialmente e por um processo de intimidade.

No caso dos aplicativos de relacionamento, é possível observar que os objetivos são bem mais direcionados quando se comparados às redes sociais que prezam mais pela interação social. Nos aplicativos de relacionamento, após criar um perfil, o objetivo é selecionar outros usuários de maneira específica e compatível com os parâmetros pessoais de quem procura um parceiro, que podem ser diversos como: idade, *status* profissional, aspectos físicos dos mais diferenciados, desde altura e peso até características fenotípicas, localidade, tribos etc. (Whitty e Carr, 2006).

Um dos objetivos que culminam no uso dos aplicativos pode estar relacionado com o propósito de satisfazer necessidades de natureza físicas, sociais e as psicossociais, em que os aplicativos de relacionamento permitem ao usuário a escolha de um indivíduo que se adeque melhor aos requisitos pessoais e subjetivos buscados, podendo resultar em uma maior

interatividade de sua parte.

O uso dos aplicativos de relacionamento está, de certa forma, relacionado com a dinâmica de consumo instantâneo caracterizado pela sociedade moderna, em que as pessoas procuram por instantaneidade e “opções” que atendam às suas necessidades. Entretanto, a instabilidade de desejos e, até mesmo das necessidades “líquidas”, acabam tornando as relações no entorno digital, muitas vezes, limitadas a trocas de envolvimento sexuais. Desse modo, existe uma fusão do desejo e do consumo, o qual o outro indivíduo, naquele momento, se torna apenas um corpo, torna-se uma “mercadoria”, pois a ferramenta de atração do aplicativo é a imagem, imagem está do corpo e do que se pode proporcionar através dele baseado no desejo, ou seja, a “mercadoria” se torna desejável e desejada (Bauman, 2007). Nesse sentido, pode-se fazer menção ao sociólogo no que diz respeito à liquidez das relações por serem relações momentâneas, descartáveis e baseadas em algum tipo de interesse intrínseco.

A ideia trabalhada por Silva (2021) onde a mercadoria dita anteriormente se dá por conta do aparato imagético no qual os aplicativos de relacionamentos estão inseridos. São imagens que os indivíduos constroem na tela a partir do que se procura nos perfis disponíveis. Este discurso advém da concepção que se tem a respeito de quem se é e do que se busca, a partir de informações como fotos, informações pessoais, descrições e apresentações biográficas.

Por se tratar de uma dinâmica em que a imagem é uma ferramenta de uso, o corpo acaba sendo objetificado, no sentido de ser um meio onde é possível fetichizar e explorar desejos gerados em outros corpos. O corpo, aqui, toma a forma de ferramenta que intermedia a comunicação, se submetendo a aspectos sociais, suas respectivas performances e, conseqüentemente, no reconhecimento social. Esse corpo se torna cheio de significados no mundo simbólico das relações na qual é inserido. Os aplicativos de relacionamento acabam

transformando esses corpos em indivíduos que são afastados dos vínculos (Le Breton, 2012).

Parafraseando o ditado popular “*Quem não é visto, não é lembrado*”, mostrar-se nas redes sociais ou em redes que incitam objetivos específicos, acaba por tornar-se uma técnica, na qual a performance dos indivíduos ilustra a própria dinâmica da sociedade e é reproduzida em determinados meios. Baseando-se na “técnica de existência” de Foucault (2014), é possível dizer que o existir se reinventou no sentido semiótico da vida, na tentativa de afirmar que a própria condição subjetiva é condensada ao material do sujeito.

O conceito da Técnica de Existência discute como as práticas culturais são capazes de conectar o próprio indivíduo com o social, possibilitando a articulação do sujeito com aquilo que o circunda. Ela afirma que o sujeito não existe sem a sua base cultural, sem a presença do outro e da incorporação no simbólico. Ou seja, o sujeito cria sua existência baseada em uma cultura que o circunda e faz-se necessário vincular aspectos da cultura com a ideia de quem se é (conceito de identidade para si mesmo), para possibilitar construir um sujeito que seja minimamente aceito (conceito de identidade do sujeito para o outro), e vice-versa.

Para que se possa entender de onde surge o interesse para o uso de aplicativos de relacionamento, se faz necessário pontuar e correlacionar sobre o erotismo. Pode-se dizer que o erotismo é um aspecto da vida interna do ser humano, porém, seu entendimento não é tão claro. De acordo com Bataille (2014, p.35), “[...] apenas os homens fizeram de sua atividade sexual uma atividade erótica”. O erotismo acaba sendo difundido como desejo, sendo assim, o sujeito busca externamente um objeto de desejo; um objeto para depositar seu desejo.

De acordo com Aristóteles (384-322 a.C.) (apud RAMOS, 2017), o homem é um ser social justamente por ser um animal que precisa de outros integrantes de sua espécie para sobreviver. Para ele, o homem precisa da interação com outros indivíduos para que possa se sentir pleno e feliz.

Em contrapartida, pode-se afirmar que o erotismo não se resume somente à atividade sexual humana. Embora o corpo seja usado como ferramenta de prazeres e de realização de desejos, reduzir o erotismo somente ao sexo exclui outros componentes que compõe o erótico. Como dito anteriormente, o erotismo é algo que se realiza na ordem interna do ser humano, manifestando-se de acordo com suas vivências e desejos. O mundo digital tornou-se uma realidade no contemporâneo e é uma ferramenta essencial de comunicação instantânea, conseqüentemente, um espaço para se vivenciar as emoções eróticas do indivíduo que o busca.

Ao longo dos anos, os aplicativos de relacionamento evoluíram, sendo utilizados de formas diversificadas, desde fins trabalhistas, até mesmo para relações casuais e, em alguns casos, para relacionamentos “sérios”.

Paralelo a isso, também se faz necessário analisar o que induz os indivíduos a utilizarem tais aplicativos. Vernon (1973, p.11) orienta que “a motivação é encarada como uma espécie de força interna que emerge, regula e sustenta todas as nossas ações mais importantes”. Nesse sentido, o autor afirma que a motivação nada mais é que uma força interna, explicitando ser algo que move o indivíduo a realizar determinadas ações, porém sem especificar a sua natureza e o seu modo de funcionamento.

2.2 As Novas Formas de Comunicação

Os endereços eletrônicos (*e-mails*) revolucionaram a comunicação. O modo de se comunicar através da Internet tornou-se mais prático e acessível quando surgiram as primeiras plataformas de relacionamento como o “Bate-papo” do *site* UOL e os programas de trocas de mensagem instantânea I Seek You (ICQ) e The Microsoft Network (MSN). Entretanto, apesar de se tornarem ferramentas facilitadoras no que diz respeito à logística e no sentido de conseguir se comunicar com qualquer indivíduo no mundo sem precisar se

locomover, ainda eram plataformas restritivas; havia a ausência de imagens e sons de voz. Desse modo, as interações ocorriam somente pela escrita.

Os novos meios de comunicação digital criaram um novo contexto para a satisfação dos desejos, além de modificar os próprios desejos em si. De acordo com Ribeiro e Souza (2017), os desejos digitais têm uma grande correlação intrínseca com o consumo e com a mercadoria. Esta nova forma de moldar o desejo de acordo com a dinâmica do consumo também se estende além das telas, a vida *off-line*.

As tecnologias não só transformaram, mas expandiram o conceito do sujeito como um ser desejante, que existe sob um marco de expectativas e ideais a serem cumpridos no campo afetivo e sexual (Miskolci, 2017).

Este novo ‘desejar’ culminou em moldar, direta e indiretamente, a vida dos indivíduos, tornando-os mais preocupados com a própria aparência física, induzindo as pessoas a dietas, procedimentos estéticos, exercícios, uso de cosméticos e, até mesmo, uma preocupação maior em relação ao modo de se vestir. Influenciado pelo Capitalismo, os aplicativos de relacionamentos tornaram-se vitrine, como ressalta Couto *et al* (2013, p.8), “[...] desta forma, o imperativo é criar um espetáculo em torno do eu e da própria vida para obter consumidores. Cada um se torna empresário, promove a encenação artificial de si, se faz jogo de estratégias nas aparências”.

Problematizando a construção histórica da mídia sobre o belo, Stenzel (2003, p.21), ao mencionar sobre uma visão geral da teoria de Michel Foucault, afirma que “o corpo é uma superfície de inscrição da história e, nessa medida, a sua constituição é acima de tudo social e política”, ou seja, cada época tem seus meios de produção de significados e, conseqüentemente, produção de representações (Woodw Ard, 2009). Pensando o corpo como um objeto presente no mundo real, ou seja, uma matéria, e como matéria o corpo é capaz de transformações em sua representação ao longo da história, tanto objetiva quanto

subjetivamente, um corpo e sua imagem carregarão associações sobre gênero e associações de poder, de erotismo, de desejo, de discriminações (sejam elas raciais, de gênero, de deficiência, de orientação sexual, etc.).

2.3 Performances Virtuais

Para além do aspecto visual, dentro dos aplicativos de relacionamento existem também os comportamentos específicos dentro daquele nicho. As performances estão relacionadas a atos de exibição e exposição; são meios utilizados como atrativos a terceiros. Logo, é estar em uma “vitrine” para que determinado ideal de imagem que se deseja transmitir seja visto.

Para Richard Schechner (2006), as performances estão diretamente relacionadas com os papéis que desejam ser seguidos, papéis estes, já pressupostos ao sujeito, sejam eles no aspecto profissional, social, de gênero, entre outros. Ainda para o autor, os aplicativos são espaços onde as performances são capazes de criar ou imitar ocasiões sociais de uma forma muito mais controlada, sem possíveis contratempos que possam ocorrer face a face.

Já para Goffman (2011), de acordo com sua “metáfora da ação teatral”, tais performances estão ligadas ao sentido literal da palavra, ou seja, no sentido teatral. Os indivíduos (usuários de aplicativos) não só representam, mas também se apresentam por meio de aspectos teatrais para os outros. Logo,

O indivíduo influencia o modo que os outros o verão pelas suas ações. Por vezes, agirá de forma teatral para dar uma determinada impressão para obter dos observadores respostas que lhe interesse, mas outras vezes poderá também estar atuando sem ter consciência disto. (GOFFMAN, 2007, p.107)

Esse modo de ser, intrínseco nas mídias digitais, tem como objetivo convencer terceiros sobre aquilo que está sendo apresentado. Por outro lado, a ideia de performance também pode ser caracterizada de acordo com os anseios e as expectativas criadas em

terceiros de uma personagem que representa um papel. Ou seja, a ideia em Schechner (2006) e Goffman (2011) é que a performance está incorporada, intrinsecamente, a uma forte relação de interdependência entre o sujeito e o outro, aqui nomeado de “plateia”.

Assim, como já discutido anteriormente, a performatividade também está diretamente relacionada com a questão de gênero, na qual existem padrões de comportamentos intrínsecos, sejam eles no aspecto corporal, de movimentos específicos ou de linguagens que a sociedade impunha ao sujeito, ou que até mesmo o próprio indivíduo se sinta na obrigação em reproduzir por se reconhecer pertencente a determinado grupo social. Para Butler (2003), as performatividades de gêneros são atributos culturais, pois existem diferentes meios de materialização das mesmas, principalmente no que diz respeito à esfera masculino *versus* feminino; afora daqueles que vão além dessa padronização identificatória, encontradas comumente entre pessoas não-heterossexuais e não-cisgêneros, existindo a não identificação e o não cumprimento de qualquer padrão comportamental de gênero e sexualidade.

2.4 Motivações

Pensando nos aplicativos de relacionamentos como locais para onde se direcionam pessoas interessadas em estabelecer comunicação com outros que têm o mesmo interesse, há que se avaliar as motivações que conduzem o sujeito a escolher o ambiente virtual.

Assim, cabe aqui, o conceito de construto, pensado como uma atitude que não pode ser analisada de forma direta, mas pode ser observada por fatores periféricos a ela associados. Então, construtos são, de acordo com Kerlinger (1973) apud Davoglio, Santos (p. 775, 2017), “conceitos que envolvem níveis mais abstratos de representações mentais, construídos intencionalmente como edificações ideativas do plano mais simples ao mais complexo”, ou seja, a intenção de desenvolver uma representação mental aponta para uma pré-disposição

mental do sujeito para determinadas ações de construção da sua representatividade.

Para o reconhecimento de um construto será necessária a observação das atitudes e reações do sujeito realizadas no campo das sugestões e comportamentos e não em sua realização no mundo real e no seu contexto específico. Assim, o construto para a percepção de uma visão integrativa do uso dos aplicativos de relacionamentos pode bem ser as atitudes que motivam o sujeito a procurarem por este ambiente, seja porque quer se comunicar com alguém que pensa igual, ou seja por querer representar uma performance comportamental, ou mesmo por desejar pertencer a determinado grupo.

A partir desta compreensão pode-se estabelecer que a motivação, de forma geral, será caracterizada pelas propriedades apresentadas no momento de sua construção. A orientação de Santos (2017) é de que os atributos para a motivação passam por três requisitos de formação: “a forma de escola da ação/atitude praticada, a persistência nessa ação e a intensidade do envolvimento/esforço dirigidos à mesma”. Estes aspectos orientam a motivação para além do comportamento ativado somente pela necessidade, mas relacionada a ela na constante busca por sua satisfação ou eliminação.

A motivação para o acesso a aplicativos de relacionamentos, então, pode se estabelecer pela necessidade de ser objeto do desejo do outro (fator de satisfação da necessidade) e pelo desejo de ser visto (fator motivador), numa dinâmica de comportamentos que se externam com a representatividade das ações.

Davoglio, Santos (2017) afirmam que Allport (1955), um dos pioneiros no estudo da motivação, “defendia que um traço de personalidade não é necessariamente inato, podendo desenvolver-se em função das experiências vividas e da cultura”. Assim sendo, o fato de entrar em um aplicativo de relacionamento pode ser um hábito adquirido, mas essa busca por se relacionar poderá ser implícito à personalidade do indivíduo que aflora mediante determinadas atitudes provocadas como traços individuais, ou por diferenciações conceituais

de formação de personalidades.

A motivação também considera uma direção que está relacionada ao comportamento de cada indivíduo. Essa idiossincrasia promove a constância na repetição das ações, tornando-as dinâmicas e interativas para o momento como dizem Davoglio, Santos (2017):

“estar” motivado em uma situação não garante nem possibilita prever se o sujeito se mostrará motivado no futuro, especialmente, sob influência de contingências diferentes. Nesse sentido, portanto, é sempre um estado transitório e fluido, dirigido a um objetivo que pode ser imediato ou futuro, direta ou indiretamente alcançável, e neste último caso, o sujeito terá que mover-se dos objetivos mais próximos para os mais distantes (DAVOGLIO, SANTOS, 2017).

A busca por aplicativos de relacionamento advém das mais diversas motivações. Miskolci (2017) em seu livro *Desejos Digitais*, aponta que, alguns aspectos do laço afetivo como forma de concretizar relações na sociedade atual, se formam em laços fortes que não são apenas benéficos, pois alguns modelos de relação podem aprisionar e/ou até mesmo limitar relações sociais de forma injusta e desigual. Dito isso, se faz possível correlacionar o conceito de laços afetivos de Miskolci (2017) com os aspectos de gênero, focando principalmente na questão do feminino e do homossexual, minorias frequentemente atravessadas pela sociedade.

No aspecto da feminilidade é possível citar o machismo estrutural e o patriarcado e como isso resulta em relações de poder. Já na homoafetividade, os preconceitos existentes resultam em violências e, até mesmo em exclusão social, se o indivíduo não estiver dentro do perfil heteronormativo, principalmente homens que apresentem como essência a feminilidade.

Ainda na perspectiva de Miskolci (2017), “laços fracos” também são objeto de desejo, pois garantem certo resguardo e segurança, em que a busca por determinada relação não gera consequências negativas na vida do indivíduo, seja pelo seu aspecto *fora do padrão*

ou por ser momentâneo, no qual os diversos desejos se cruzam e formam redes relacionais a partir de interesses em comum.

Para Velho (2003), para que indivíduos recorram aos aplicativos de relacionamentos, existe uma gama de expectativas, interesses e motivações que estão envolvidas. Não apenas os aplicativos de relacionamentos, mas também as redes sociais (como o *Instagram*), podem ser usadas também com intenções de flerte, e são espaços compostos por diversas situações. Estas plataformas de relacionamentos, afetivo ou social, tornaram-se ferramentas que facilitam e proporcionam a busca por conversas, namoros, passatempos e encontros sexuais casuais que conferem uma gama de possibilidades envolvendo diferentes aspectos.

2.5 Linguagem, Grupos e Representações

A ideia de grupo é muito discutida sob a ótica da Psicologia Social e traz a importância da história, da cultura e da linguagem nas relações e trocas humanas. No contexto dos estudos pós-modernos, a teoria construcionista social surge como uma alternativa à forma empírica norte-americana de se conceber a ciência e os processos de produção de conhecimento, abrindo novas reflexões no campo das ciências humanas e sociais (Guanaes e Japur, 2003).

O construcionismo social busca investigar o contínuo fluxo da atividade comunicativa humana, dando destaque aos processos linguísticos e relacionais que possibilitam a produção de conhecimento sobre o *self* e sobre o mundo em que se vive (Shotter, 2000 *apud* Guanaes e Japur, 2003).

A linguagem é, então, percebida como prática social com papel fundamental na construção da realidade. Como aponta Shotter (2000) *op cit* Guanaes e Japur (2008), quando as pessoas conversam, elas não estão simplesmente colocando ideias em palavras, nem

refletindo a verdade de uma realidade delas independente. Elas estão construindo sentidos, práticas sociais ou formas de vida.

A linguagem como produto de desenvolvimento e constituição da consciência de si e social do indivíduo, também insere o sujeito na história de sua sociedade, na ideologia de seus grupos. O processo do “*vir-a-ser*” enquanto humano, perpassa a partir da cristalização da linguagem materna. Tal linguagem, “[...] enquanto produto histórico, traz representações, significados e valores existentes em um grupo social, e como tal, é veículo da ideologia do grupo” (Lane, 2004, p.41). É a partir da linguagem que o indivíduo acaba se inserindo no grupo, pois a linguagem é capaz de trazer representações, significados e valores pré-existentes em um grupo social, além de ser o meio de expressão daquela ideologia que o compõe. Além disso, a linguagem é um instrumento necessário tanto para o desenvolvimento quanto para o pensamento do sujeito.

Lane (2004) *apud* Couto *et al* (2013, p.8) enfatiza que, “nem todas as representações implicam necessariamente reprodução ideológica; esta se manifesta através de representações que o indivíduo elabora sobre o Homem, a Sociedade, a Realidade (...)”. Entretanto, as representações também podem ser elaboradas de acordo com aspectos da vida do sujeito, de forma implícita ou explícita, através dos valores de certo ou errado, bom ou mau.

3 MÉTODO

3.1 Delineamento

Levando-se em conta o objetivo formulado, adotou-se uma abordagem qualitativa de análise da revisão bibliográfica. Quanto à natureza deste trabalho, optou-se pela pesquisa bibliográfica, cuja função foi primordial para a construção deste estudo: permitiu conhecer

melhor o tema da pesquisa através de publicações de outros autores. Trata-se também de procedimentos executados na busca de obras já estudadas, a fim elucubrar, alinhar e condensar o tema estudado no campo acadêmico/científico, tal como afirmam Souza, Oliveira e Alves (2021).

A pesquisa [bibliográfica] baseia-se no estudo da teoria já publicada, assim é fundamental que o pesquisador se aproprie do domínio da leitura do conhecimento e sistematize todo o material que está sendo analisado. Na realização da pesquisa bibliográfica o pesquisador tem que ler, refletir e escrever sobre o que estudou, se dedicar ao estudo para reconstruir a teoria e aprimorar os fundamentos teóricos. (SOUSA; OLIVEIRA; ALVES, 2021, p.66)

Além disso, o presente trabalho foi realizado a partir de uma revisão integrativa da literatura, tendo a pesquisa como caráter exploratório integrativo, pois seguirá 6 (seis) fases, propostas por Souza, Silva e Carvalho (2010): elaboração da pergunta norteadora; busca ou amostragem na literatura; coleta de dados; análise crítica dos estudos incluídos; discussão dos resultados; e, por último, apresentação da revisão integrativa.

A metodologia do atual trabalho caracteriza-se como uma revisão bibliográfica pertinente ao tema. Dessa forma, discute se os aplicativos de relacionamento têm sido objeto de estudo e de problematizações em algumas áreas da Sociologia, Antropologia e Comunicação, de modo interdisciplinar, a fim de compreender e compreender quais performances/motivações são essas? São intrínsecas de cada sujeito ou advindas de aspectos sociais da cultura contemporânea?

De acordo com as autoras, essa metodologia consiste em uma abordagem ampla, permitindo com que os conceitos complexos sejam trabalhados de maneira a proporcionar melhor entendimento acerca do tema, além de sintetizar os resultados da pesquisa de forma sistemática e estruturada, sendo possível aprofundar o conhecimento de um tema específico (SOUZA; SILVA; CARVALHO, 2010).

3.2 Procedimentos

Para abarcar aspectos referentes à revisão bibliográfica, foram realizados um levantamento e uma análise de saberes que colaboram para o entendimento do tema. Esse método tem como proposta tornar visível bases teóricas e epistemológicas, sendo possível compreender os objetos de estudos acerca da temática. As bases de busca utilizadas foram: Scielo, Pepsic e Periódicos Capes. Para realizar a busca, foram utilizados termos descritores congruentes a partir dos objetivos referentes à atual pesquisa. Entre os termos utilizados nos campos de buscas das plataformas selecionadas estão: “aplicativos de relacionamento”, “relacionamentos virtuais” e “Tinder”. A escolha desses termos descritores se justifica por serem também os termos norteadores para esta pesquisa, uma vez que, ao optar por uma revisão de literatura seria necessário buscar um direcionamento único para melhor assegurar o tema pretendido.

Lançados os termos descritores, notou-se que a quantidade de artigos correspondentes era de 15 (quinze). Destes, foram selecionados 9 (nove) artigos que atendiam aos critérios de inclusão e Após definir tais critérios, os conteúdos foram analisados a fim de buscar informações mais relevantes como título, resumo, ano de publicação, metodologia e, principalmente, aspectos que trabalhassem o uso de aplicativos de relacionamentos no cotidiano, desde o seu surgimento até a sua consolidação na rotina dos usuários.

Dada a natureza teórica deste trabalho, há que se levar em conta que a análise dos artigos parte do pressuposto de que entre eles haja uma convergência de temas (no caso, motivações, o uso de aplicativos de relacionamentos, as facilidades de acesso às mídias digitais), que conduzem o indivíduo a utilizar aplicativos de relacionamentos e, se essas motivações ocorrem pela individualidade de cada um ou são influenciadas pela cultura.

Como critério de inclusão, foram selecionados trabalhos que abordavam os motivos

que levam as pessoas a usarem aplicativos de relacionamentos. Para delimitar a discussão foram utilizados materiais publicados na língua portuguesa, publicados a partir do ano de 2010, que discorreram sobre a temática do uso de aplicativos de relacionamento na atualidade, como surgiram, o seu uso no cotidiano bem como suas possíveis motivações.

Como critérios de exclusão, os trabalhos que faziam apenas um estudo quantitativo do uso dos aplicativos, mensurando a faixa etária, gênero e regiões de maior utilização não foram selecionados, pois, julgou-se que estes itens, sozinhos, não poderiam oferecer conteúdo que contribuíssem as análises objetivadas para este trabalho.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As redes sociais promovem aos seus usuários que buscam relacionamentos que os satisfaçam sem, contudo, que tenham um envolvimento de responsabilidade e de vínculo. Certamente, que esta performance possui as mais variadas motivações, passando pela simples intenção de ter com quem falar até à possibilidade de ter um sexo casual e descompromissado. Dito isto, foram selecionados 9 (nove) trabalhos que discorrem sobre esta temática para a análise dessas motivações, de como elas acontecem nos mais diversos ambientes virtuais, especificamente, em aplicativos de relacionamentos.

Quadro 1: Artigos levantados e analisados para a composição deste TCC.

Número do Artigo	Título	Origem	Autoria e ano de publicação
1	Deu “Match”?! As características dos perfis de usuários de aplicativos de namoro	Repositório Institucional. UFLA: Ciências Sociais Aplicadas. 2022	Borges J.V.; Campos, A.C.; Rezende, D.C.; Antonialli, L.M. (2022)
2	Motivações para o uso de aplicações de <i>Online Dating</i> no contexto Português: A relevância dos <i>Turning Point</i>	Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa	Sepúlveda, R.; Vieira, J. (2020)
3	O Amor como mercadoria: Uma pesquisa socioantropológica em torno do aplicativo de relacionamento <i>Tinder</i>	Repositório Institucional. UFU: Ciências Sociais. 2023	Silva, P.H.M. (2023)
4	Padrões de comportamento no uso de aplicativos de relacionamento	Observatório Digital UFF. 2021	Passos, G.V.N.; Jones, M.R. (2021)
5	<i>Tinder</i> : Uma etnografia sobre encontros, socialidades e experimentações de si	Revista MANA. 2021	Santos, S.C. (2021)
6	<i>Fast-Food</i> do amor: relações amorosas contemporâneas baseadas nos aplicativos de relacionamento	Repositório Institucional. UFAL: Psicologia. 2021'	Silva, D.R. (2021)
7	“Meu <i>Tinder</i> tá bombando!” Geolocalização, sociabilidade e vivências da sexualidade	Reunião Brasileira de Antropologia, 2016, João Pessoa - PB. 30a Reunião Brasileira de Antropologia, 2016.	Santos, S.C. (2016)
8	<i>It's a Match</i> : uma análise das mudanças sofridas pelas dinâmicas de relacionamentos através do aplicativo <i>Tinder</i>	Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação	Melo, F.N.A.; Maciel, L.E.P.V.; Carlos P.V.V.; Santos, J.F. (2016)

9	Relacionamentos amorosos em aplicativos na perspectiva analítico - comportamental	Repositório Institucional. UNIPAR: Psicologia. 2022	Silva, G.F.; Camargo, R.A.; Delgado, R.V. (2022)
---	---	---	--

Os autores Borges, Campos, Rezende e Antonialli (2022) realizaram um estudo baseando-se na metodologia de pesquisa quantitativa e descritiva, a fim de elencar e descrever as características de grupos usuários de aplicativo de relacionamentos, correlacionando elementos de um grupo específico, que reproduzem determinados comportamentos e características. O estudo obteve quatro perfis de usuários de aplicativos de relacionamento e conclui-se que eles possuem comportamentos divergentes, originados preponderantemente por questões de gênero, psicológicas, como: solidão, autoestima e narcisismo, além de motivações relacionadas a sexo casual e entretenimento.

Os quatro perfis foram denominados como: “Humano Líquido” como a amostra de indivíduos em que as relações são imediatistas e pouco duradouras; “A solitária” é caracterizado por um grupo de mulheres que idealizam relações sociais que possam resultar em um relacionamento a longo prazo; “O pegador” representa o perfil de usuários masculinos de diferentes orientações sexuais que buscam por sexo casual e “A empoderada” composto por mulheres que possuem nível de escolaridade elevado, são sociáveis e autossuficientes, recorrem ao uso de aplicativos, pois possuem curiosidade social.

Este estudo é de suma importância para esta área de pesquisa, pois traça perfis que podem direcionar e determinar novos objetos, trazendo dados quantitativos e qualitativos essenciais para a construção de inovadoras formas de pensar sobre a questão dos tipos de pessoas que utilizam recursos tecnológicos para se relacionarem.

Em relação ao início dos relacionamentos virtuais, Corrêa (2016), em *A Tecnologia Digital na Conformação da Experiência*, acrescenta que acontece um tipo de experiência afetivo-sexual em ambientes digitais, a partir do uso do aplicativo *Tinder*. A autora considera que a tecnologia é uma grande ferramenta na constituição dos relacionamentos, ferramenta esta que não possui apenas a função mediadora.

Sendo assim, é possível entender que o início das relações interpessoais é influenciado pelas novas tecnologias, onde hábitos clássicos de envolvimento afetivo são transformados em pré-interações via aplicativos.

A pesquisa de Sepúlveda e Vieira (2021) se desdobra na identificação das motivações para o uso de aplicativos de relacionamento, do momento em que o usuário é conduzido a instalar contato com o aplicativo e as motivações subjetivas até a realização deste contato, passando pelas motivações sociais que os conduzem. O estudo compreende que o fato de utilizar aplicativos de relacionamento está relacionado com as gratificações de natureza psicossocial de “pertencimento” e “aprovação social”, para que os usuários possam se sentir incluídos em determinados grupos. Também são levados em conta a fase da vida em que o usuário se encontra, suas vivências e autopercepção podem influenciar o uso e contextualizar as diferentes motivações.

Assim, o artigo analisado aponta para a compreensão de que as motivações para a utilização de *sites* de relacionamentos, neste caso o *Tinder*, são procurar alguém com quem apenas queira se envolver sexualmente e de forma rápida. Isto corrobora a ideia de que, em sua maioria, os usuários de aplicativos de relacionamentos almejam, sim, um contato imediato com o erotismo, seja para a sua própria satisfação, ou mesmo, para a aceitação do outro que lhe serve de referência.

Em conformidade com o artigo analisado, Camargo (2015) explora a questão da exposição dos corpos e como estes se tornam objetos no mundo virtual, retratando as diferentes mídias e os impactos nas dinâmicas sexuais e de relacionamentos no mundo contemporâneo. Para o autor, a natureza humana e a cultura estão interligadas entre si, demarcando um “mundo real” caracterizado pelo mundo manifesto e o “mundo virtual” que é vivido atrás das telas. Apesar da diferença, o mundo virtual passa a ser mais importante e mais real do que o Eu, tornando as interações *online* um lugar para o imaginário, onde há

grande idealização da imagem que se tem sobre si mesmo, permitindo que o indivíduo mostra apenas seu “lado bom” e sedutor, a fim de atrair olhares para si, caracterizando-se como uma ferramenta de construção de outras identidades, realidades, realizações, representando somente aquilo que se almeja, assemelhando-se ao mito de Narciso, onde o reflexo na água acaba sendo muito mais encantador.

Outro aspecto a ser destacado como motivação para o uso de aplicativos de relacionamentos é a facilidade de acesso aos grupos de interesse. O mundo *on line* permite encontros que, fisicamente, seriam inconcebíveis devido à distância. Sendo este, um elemento facilitador.

Silva (2023), em sua monografia de conclusão de curso, discute sobre o modo contemporâneo de se relacionar e criar vínculos sociais, nos quais os meios de conhecer novas pessoas foram adaptados para o mundo virtual. Para identificar as motivações dos indivíduos a usarem o *Tinder*, ele estruturou o trabalho através da metodologia da pesquisa empírica onde concluiu-se que grande parte dos usuários tem como motivação a busca de um relacionamento. Paralelo a isso, pode-se observar que grande gama dos usuários enxergam os demais como produtos/mercadorias, com isso, buscam mostrar-se como desejáveis, atraentes e interessantes através de seus respectivos perfis, validando a presença dos valores de mercado no viés das relações interpessoais. Ao fim do estudo, a autora destaca que, apesar de o amor ter se tornado mercadoria, ainda existe um certo nível de tensão entre os usuários do aplicativo quanto à busca pelo amor romântico e a possibilidade do mesmo ser real e recíproco.

Silva (2021) discorre que o amor romântico e a vida conjugal na modernidade, de certa forma, têm perdido espaço dentro dos projetos de vida dos sujeitos, dividindo espaço com a carreira profissional e educacional, sendo, então, um complemento para o que poderia ser o ideal de vida estável e não mais o objetivo principal da existência. Assim, é possível observar que as relações buscadas no âmbito do mundo real ainda convergem e conduzem comportamentos nos aplicativos de relacionamentos, uma vez que, seja para satisfação de uma busca individual ou para ter a sensação de pertencimento a um grupo, o sujeito ainda é motivado a buscar a realização de um ideal romântico, por mais que ele possa parecer fluido e facilmente descartado.

Passos e Jones (2021) debruçaram-se sobre estudar os padrões de comportamentos em diversos tipos de aplicativos de relacionamento, tais quais, *Tinder*, *Badoo*, *Happn*, *Kickoff*, *OkCupid*, *Down* e *Grindr*, aplicativos com públicos divergentes no que diz respeito à orientação sexual. Para realizar o estudo foi feita uma pesquisa descritiva, seguida de uma pesquisa quantitativa de levantamento dos trabalhos. Como resultado da pesquisa, obteve-se que os comportamentos dos usuários estão relacionados em trocas interpessoais, ou seja, na busca de novas experimentações e no anseio de compor um coletivo. Além disso, o estudo permitiu concluir que o uso das ferramentas pode aflorar doenças neuronais, resultante da distorção da realidade que existe no meio virtual.

Este resultado reforça o conceito do novo ‘desejar’, citado por Couto *et al.* (2013), em que sujeitos são levados a alterar sua aparência, seu estilo de vida para satisfazer às demandas dos aplicativos, o que gera inúmeras consequências à saúde mental dos usuários na busca incessante pelo perfeito. Há um entendimento de que as performances virtuais promovem a atuação de significados irreais que, levados pelo uso prolongado, podem colocar o sujeito em situação de

não reconhecimento de si mesmo e das suas próprias atitudes. Este comportamento cabe bem no campo virtual, mas pode desestabilizar o comportamento no mundo real.

Santos (2021) debate sobre a busca por relacionamentos utilizando o aplicativo de relacionamento *Tinder*. A pesquisa é feita por meio de um estudo etnográfico sobre as vivências afetivas e sexuais dos usuários. O que foi depreendido é que os agentes das interações no aplicativo em estudo são motivados por diversos interesses, desde a dinâmica de pertencimento a um grupo até ao poder de ser ativo no gerenciamento de novas tecnologias. Ainda há no artigo, a discussão sobre as possibilidades de exploração do Eu e as interações de comunicação que marcam aqueles que experienciam esta ferramenta de relacionamentos e o que esperam receber de quem está do outro lado.

Fica claro que as novas tecnologias impulsionam o indivíduo ao uso de ferramentas facilitadas ao seu alcance. No caso dos aplicativos de relacionamento, o encontro de expectativas sobre o conceito de si mesmo para o benefício de outrem ou mesmo para admiração narcísica, alcança um patamar elevado, pois se realiza no benefício do distanciamento físico. Esta comunicação gera prazer ao fundir desejo e consumo, sem o comprometimento relacional.

A pesquisa de Silva (2021) analisa o papel do *Tinder*, na contemporaneidade através de uma revisão bibliográfica baseada na temática de relações líquidas do sociólogo Bauman, explicitando como os relacionamentos foram sendo construídos ao longo do tempo, através de uma linha histórica até os momentos atuais. De acordo com os artigos estudados, foi possível constatar que os aplicativos de relacionamento possuem uma dinâmica consumista e disposta ao mercado que leva à liquidez das relações atuais. Entretanto, houve indícios de que muitos usuários seguem em busca de um par romântico ou até mesmo de uma amizade. O artigo revela que esse fato se evidencia em períodos de fragilidade social ou emocional tais como, isolamentos (como na pandemia de Covid-19), separações, preferências. No fim do

estudo, a autora constatou que por mais que algumas pessoas desejem criar vínculos afetivos através dos aplicativos de relacionamento, o que prevaleceu foi o desejo de satisfazer as próprias necessidades, e é mais viável que a motivação principal seja buscar alguém que auxilie na obtenção desse objetivo, perpetuando a ideia de constituição da própria imagem e da imagem do outro, que coloca as pessoas como um produto exibido em vitrine, esperando pela aprovação do consumidor.

A este respeito, Ribeiro e Souza (2017) corroboram Silva (2021), acrescentando que os novos meios de interação digital têm o poder de alterar a imagem e os desejos do sujeito, sendo assim uma relação inseparável entre o consumo e a mercadoria, a fim de moldar o desejo de acordo com o que é apresentado nas redes sociais, se estendendo além do mundo virtual para a vida real.

Ainda nesta temática, as relações estão diretamente ligadas ao consumismo rápido e sem laços significativos, Silva (2021) em seu artigo *Fast Food do Amor*, destaca a falta de profundidade de conexões no mundo das redes sociais, principalmente em aplicativos de namoro rápido, como o *Tinder*, onde a valorização e a variedade de corpos e oportunidades caminham lado a lado, tornando o aplicativo uma vitrine de amor rápido que satisfaz a todos os tipos de desejo. Sendo assim, a realidade determinada pelas redes sociais contemporâneas tornou-se imprescindível para a construção de espaços para vivências de emoções eróticas, sejam elas presenciais ou à distância, reais ou virtuais.

A esta ideia se adiciona a pesquisa elaborada por Santos (2016) e seu artigo “*Meu Tinder Tá Bombando!*”, que consiste num levantamento de estudos publicados sobre as dinâmicas das relações humanas no Brasil ao longo dos anos e a influência da tecnologia para a manifestação de tais mudanças. Em seu artigo, a autora afirma que, ao longo dos anos, o

modelo de construção de relações amorosas e sexuais está intrinsecamente ligado às interações sociais da época, onde a religião, a moral e o sistema socioeconômico determinam o que é aceitável à sociedade. No fim do século XX, com a presença da Internet, as interações sociais começaram a acontecer fora do espaço real, abrindo oportunidades de criar novos modelos de relação em que seria possível encontrar o que se procura sem sair de casa.

Seguindo a mesma linha de pensamento, Melo *et al.* (2016) expõe estudos e depoimentos reais de interações sociais amorosas e sexuais no contexto virtual, nos aplicativos de relacionamento, onde pessoas procuram e são procuradas para suprir desejos imediatos de ideologias de amor, sexo e prazer, desejos estes estimulados pelos próprios meios de comunicação virtual. Os autores destacam a superficialidade das relações virtuais, a “frieza” nas intenções e a falta de vínculo explícitas nos aplicativos, criando uma atmosfera onde as aparências e a performance são mais importantes que características sociais e morais.

O aspecto comportamental no sentido de performances, trabalhados por Erving Goffman (1999), além dos significados nos discursos de apresentação dos aplicativos, explicam esse tipo de comportamento nas redes sociais, quando há a intenção de convencer o outro dos seus atributos. Além disso, este tipo de conceito teatral de performance expõe as expectativas e os desejos criados por terceiros e pelo próprio contexto virtual em que o sujeito está inserido, gerando a necessidade de criar um papel a ser representado neste meio, que, por vezes, não condiz com a realidade, gerando, assim, conflitos internos e generalizados.

Ainda no aspecto comportamental, existe um paralelo entre o consumo *versus* a performance presentes nas narrativas dos usuários de aplicativos de relacionamentos discutidos por Ribeiro e Souza (2017), onde a maioria dos consumidores das redes é desprendido de reforçadores sociais já que o espaço é livre para criar perfis e personalidades que sejam aceitos pela maioria daquele meio, por exemplo, expor sentimentos em público tem atribuições aversivas regulares.

Por se apresentarem tão voláteis, conforme a própria rede de comunicação sugere, os comportamentos dos consumidores de aplicativos de relacionamentos podem ser confundidos com a identidade de cada um. Embora isso não seja uma regra, pelo menos, se apresenta como um perfil a ser observado.

Na afirmação desses comportamentos também se forma a ideia de que o “consumidor” não tem mais necessidade de criar vínculos afetivos, de criar conexões com o outro. Melhor ser distanciado pela facilidade e rapidez virtual, ancorado na substância líquida da casualidade e do descomprometimento.

Silva, Camargo e Delgado (2022), debruçaram a estudar sobre como a revolução tecnológica proporcionou certo aumento nas interações sociais, possibilitando a construção de conexões de forma mais rápida e sem tantas barreiras geográficas, como antigamente. Na questão da Comunicação, destacam-se estudos de Levy (1999) que, mesmo sendo mais antigos, conseguem contemplar aspectos do ciberespaço e da virtualização da comunicação em seus primórdios. Além de se estenderem na análise de Couto (2013), que discorre sobre traços da cultura digital.

O objetivo da pesquisa foi apresentar os comportamentos dos usuários dentro das redes de aplicativo, além de entender suas respectivas motivações de acordo com cada usuário. As motivações identificadas são variáveis, como: afeto, sexo casual, praticidade de diálogo, sentimento de pertencimento, elevação de autoestima, busca por aprovação, entre outros.

A partir do momento que o sujeito se identifica com o mundo dos aplicativos de relacionamento, e este passa a reproduzir a padronização encontrada nas redes, ele demonstra anseios que serão correspondidos por tantos quantos lhe forem semelhantes. Os laços afetivos são desprezados para darem lugar a um contato que envolve intimidade, mas não prioriza o envolvimento com a intimidade do outro. A fluidez do toque se extingue no

descomprometimento e tudo fica delegado ao produto consumido.

Este comportamento se firma à medida que as tecnologias e suas novas possibilidades se configuram no ambiente social contemporâneo, onde o distanciamento encobre defeitos, virtudes, mas explicitam desejos, sentimentos, manias, preferências, disponibilizando o interior de cada usuário numa disposição desprendida de responsabilidade para com o outro e, numa extravasão, para consigo mesmo.

No campo sociológico, tem-se o trabalho desenvolvido por Bauman, em que o autor trabalha aspectos da liquidez das relações em seu livro *Amor Líquido* (2007). Além disso, se tem o trabalho de Richard Miskolci (2017) com o seu livro *Desejos Digitais* que, apesar de se tratar de um livro onde o autor aborda aspectos da dinâmica de relacionamento homossexual, é um livro onde é possível observar aspectos comuns em diversas salas de bate-papo e aplicativos de relacionamentos, pois não é algo restrito a um gênero específico, está relacionado também a cultura, apesar de algumas particularidades.

É importante ressaltar que todos os artigos analisados têm como base referencial os estudos de Bauman, os quais poderiam esclarecer o estado das relações afetivas no mundo moderno. O autor afirma que relacionamentos monogâmicos heteronormativos no passado eram vistos como ideais, sendo reflexo de uma sociedade patriarcal e misógina, em que somente um parceiro detinha o poder e controle sobre o outro. Ao longo dos anos, já na sociedade contemporânea, compromissos amorosos deixaram de ser vitalícios para se tornarem em contratos temporários de prazer e satisfação individual, transformando laços em objetos a serem consumidos e suscetíveis aos mesmos critérios de avaliação de qualquer outro objeto de consumo (Bauman, 2004).

O conceito de “amor líquido” proposto por Bauman permeia todos os artigos aqui analisados no que diz respeito aos depoimentos reais de usuários de aplicativos de relacionamento coletados pelos pesquisadores quando discutem suas intenções ao abrirem

suas contas nas redes sociais. Este conceito nas relações virtuais modernas diz respeito à velocidade do começo e do fim de laços afetivos construídos *online*, o que remete ao movimento fluido de um elemento em estado líquido. Pode-se dizer, então, que os relacionamentos virtuais são mais tênues, quebráveis ou superficiais, onde uma simples desconexão pode abalar todo o comprometimento amoroso e sexual.

Assim, na análise desses artigos, pode-se afirmar que os elementos de convergência entre eles são a motivação das condutas dos usuários de aplicativos de relacionamentos que, embora se apresente de várias formas, se resume em representar performances que revelam seus conteúdos eróticos ou características sociais na constante procura por alguém ou algo que lhe corresponda e a utilização massiva das mídias disponíveis.

O entendimento deste comportamento perpassa por todos os artigos, mas não esgota o assunto, pois, se apresenta de forma dinâmica e evolutiva à medida que ocorre o avanço das tecnologias promotoras desses “encontros” tão específicos, mas que também, cada vez mais explorados.

Um aspecto de divergência entre os artigos selecionados está na modalidade de pesquisa realizada pelos autores. Em quatro dos artigos prevalece a pesquisa qualitativa, mas nos demais cinco artigos há um tipo de pesquisa diferente em cada um. Assim, o artigo de Borges, Campos Rezende e Antonielli (2022) busca resultados através da pesquisa quantitativa descritiva, como no artigo de Passos e Jones (2021), ao passo que a pesquisa empírica descritiva é aplicada no artigo de Silva (2023). Já o estudo etnográfico é utilizado em Santos (2021), e o levantamento de estudos publicados de Santos (2016), diferente do estudo de depoimentos reais utilizados por Melo *et al* (2016). Contudo, o fato de serem divergentes neste aspecto não altera o alcance dos objetivos buscados em cada artigo, pelo contrário, serve para ressaltar que o tema é de tal abrangência que, não importa a modalidade de pesquisa abordada, sempre haverá situações para serem avaliadas e estudadas.

Alguns autores se debruçaram na pesquisa sobre um aplicativo específico de relacionamento. Outros, voltam-se para mais de um aplicativo, para mostrar a amplitude de alcance destes instrumentos tecnológicos.

Dos nove artigos, oito apontam os aplicativos de relacionamentos como ambientes propícios para encontros rápidos e casuais, sem comprometimento emocional. Entretanto, um dos artigos, o de Melo *et al.* (2016), diverge dessa prevalência, apontando através em depoimentos reais que, mesmo na superficialidade das relações virtuais, ainda há pessoas que buscam relações que criem vínculos morais, destoando da maioria das intenções dos usuários de aplicativos de relacionamentos.

5 CONCLUSÃO

A constituição do sujeito é um processo da coletividade, onde não se separa indivíduo e sociedade. Portanto, é através das relações sociais que propiciará o *vir-a-ser* enquanto indivíduo humano. A cada relação e experiências vividas se formam novas maneiras de se interpretar e de se relacionar com o mundo ao redor, criando novas formas de existir ou assumindo papéis já pressupostos. Contudo, este movimento cria formas de viver e intensifica as diferenças pessoais; gera também padrões e modelos a serem seguidos (novos verbos, novas identidades), utilizando novas linguagens, de acordo com a necessidade da sociedade.

Os novos comportamentos advindos de repertórios contemporâneos moldam a maneira como o ser humano se relaciona, assim como a própria sociedade se molda. Sendo assim, faz-se necessário entender o que está por trás do uso desses aplicativos de relacionamento, o que o ser humano (como indivíduo e como coletivo) está em busca e se a maior autonomia na comunicação eletrônica realmente resulta em uma interação satisfatória, positiva e saudável.

Ou seja, entender em quais contextos essas tecnologias são utilizadas, com quais finalidades, os possíveis impactos e como tem sido o desdobrar das novas tecnologias ajudará a entender e a refutar a direção em que a sociedade está caminhando, tal qual como se constituem as novas facetas no modo de se relacionar entre os indivíduos.

Assim, ao longo da elaboração deste trabalho e através da análise dos artigos escolhidos para a revisão bibliográfica que conduziu este estudo foi possível verificar que os sujeitos se tornam usuários de aplicativos de relacionamentos motivados pela composição de uma forma nova de viver: relacionar-se com o outro sem contudo desenvolver ações de comprometimento e fidelidade, através de uma forma fluida e líquida de conceber o amor entre indivíduos, agentes diretos de performances que visam seduzir aqueles que correspondem a uma forma particular de ver a vida, mas também, performances que agradam mais aos “atores” do que, propriamente, à plateia. Este movimento é dinâmico e relativo a cada sujeito.

Contudo, há que se ressaltar que os artigos analisados também corroboram a ideia de que as motivações para essa nova forma de se relacionar via aplicativos de relacionamento é advinda de aspectos sociais da cultura contemporânea, que direciona o sujeito para a satisfação de suas necessidades relacionais sem estar limitado pela distância.

Esta facilidade contribuiu para os contatos mais imediatos, mas também, mais frágeis, mais descompromissados, mais líquidos, mais fluidos, beirando à fantasia, numa composição que poderá abarcar o sujeito em um ambiente de novas idealizações de si mesmo e do outro.

A forma como a sociedade vive hoje, a dominância do capital impõe algumas metas e questões, e o sujeito acaba absorvendo-as. De um lado, há uma força instituída, que gera as regras e modos a serem seguidos, para que haja ordem, progresso gradativo e uma manutenção do controle; de outro, se vê as forças instituintes, lutando contra as maneiras certas de se viver, não no sentido de viver sem normas, mas de criar outras que abram caminho para o reconhecimento e aceitação de novas formas de viver e pensar.

Durante a busca por artigos houve poucos que falassem tanto da questão de motivação dos usuários adentrarem nos aplicativos de relacionamento, sendo assim, sugiro que sejam feitas mais pesquisas a respeito do tema.

As contribuições do meu trabalho estão diretamente relacionadas ao campo da psicologia por se tratar de um campo do saber que estuda as mudanças sociais, o comportamento humano e a subjetividade dos indivíduos, precisa estar sempre acompanhada de mudanças que envolvam a dinâmica de vida do ser humano. É importante salientar que o profissional de psicologia conhece e compreende os atuais recursos disponíveis aos indivíduos e como eles repercutem na Internet, assim como no seu dia a dia; ou seja, as possíveis consequências do mundo virtual na dinâmica das relações humanas.

6 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, T. O conceito de amor: um estudo exploratório com uma amostra brasileira. 2017. Tese (Doutorado em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento Humano) - Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.repositorio.usp.br/item/002852405>. Acesso em: 15 jul. 2020.

ARISTÓTELES (384 – 322 a.C.) apud RAMOS, C. A. (2017). Aristóteles e o sentido político da comunidade ante o Liberalismo. In: Artigos Kriterion: Revista de Filosofia. Disponível em: www.sccielo.br. Acesso em: maio 2023.

BATAILLE, Georges. O Erotismo. Trad. Fernando Scheibe. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

BAUMAN, Zygmunt. A ética é possível num mundo de consumidores? Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2011.

_____. Amor líquido: Sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2017.

_____. Globalização. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

_____. Identidade: entrevista à Benedetto Vecchi. 1ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

_____. Modernidade Líquida. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

_____. Vida de consumo. Buenos Aires/México/Madrid, Fondo de Cultura Económica, 2007.

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

_____. Vida Líquida. 1ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BORGES, J.V.; CAMPOS, A.C.; REZENDE, D.C.; ANTONIALLI, L.M. *Deu “Match”?! As Características dos Perfis de Usuários de Aplicativos de Namoro*

BUTLER, J. Feminismo, Identidade e Gênero: apontamentos a partir de *problemas de gênero* (2003). In: FIRMINO, F.H.; PORCHAT, P. Disponível em: Doxa:Ver.Bras.Psico.Educ., Araraquara,v.19,n.1,pp.51-61,jan/jun,2017.

CAMARGO SAMPAIO, J.C. Artigo. Educação: Tecnologias, cultura *hacker* e ensino de artes. Educação: tecnologias, cultura *hacker* e ensino de artes. Artigo. Rev. Bras. Educ. 26. 2021. Disponível em: scielo.br.

CORRÊA, R.C.M. (2015). A tecnologia digital na conformação da experiência afetivo-sexual. In: XXXVIII C.B.C.C., 2016, Rio de Janeiro. Revista Brasileira de Educação. Universidade Federal de Tocantins, vol.26. Disponível em: <https://doi.org/>

COUTO, Edvaldo; SOUZA, Joana; NASCIMENTO, Sirlaine. 2013. “*Grindr e Scruff: amor e sexo na cibercultura*”. Simpósio em Tecnologias Digitais e Sociabilidade. Salvador

DAVOGLIO, T.R.; SANTOS, B.S. Artigo. Motivação docente: reflexões acerca do construto (2017). Revista Avaliação da Educação Superior. Set/Dez. 2017. In: doi.org. Disponível em: scielo.br. Acesso em: maio 2023.

FOUCAULT, Michel. História da Sexualidade: a vontade de saber. 16.ed. – Rio de Janeiro:

Edições Graal, 1988.

GOFFMAN, Erving. 1985[1959]. A representação do Eu na vida cotidiana. Petrópolis: Vozes.

_____. 2011[1967]. Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face. Petrópolis: Vozes.

GUANAES, C.; JAPUR, M. (2003). Construcionismo Social e Metapsicologia: um diálogo sobre o conceito de *self*. Revista PTP. Instituto de Psicologia, Universidade de Brasília. revistaptp@gmail.com. In: www.scielo.br. Acesso em: abril 2023.

LANE, S.T.M. Apresentação. In A. C. Ciampa. A Estória de Severino e a história de Severina. São Paulo: Brasileira, 1987.

_____. Emoções e pensamentos: uma dicotomia superadora. In: A.M.B.Bock (Org.), A perspectiva sócio-histórica na formação em Psicologia (vol.1, pp.100-112). Petrópolis, RJ: Vozes.

LE BRETON, David. As paixões ordinárias: antropologia das emoções. Petrópolis: Vozes, 2009.

LEVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999.

MARSHALL MacLuan. Os meios de comunicação com extensões do homem. Trad. Décio Pignatari. Editora Cultrix: São Paulo, 2014.

MELO, F.N.A.; MACIEL, L.E.P.V.; CARLOS, P.V.V.; SANTOS, J.F. *It's a Match: Uma Análise das Mudanças Sofridas pelas Dinâmicas de Relacionamentos Através do Aplicativo.*

Tinder. Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação a Região Nordeste em Julho de 2016.

MILLER, Daniel. (2005). *Digital Antropology*. Disponível em: www.serious-science.org/digital-antropology Acesso em: abril 2023.

MISKOLCI, Richard. 2014. Negociando visibilidades: segredo e desejo em relações homoeróticas masculinas criadas por mídias digitais. *Bagoas*, 8 (11):51-78.

_____. 2016. Sociologia Digital: notas sobre pesquisa na era da conectividade. *Contemporânea*, 6 (2):275-297.

_____. 2017. Desejos digitais: uma análise sociológica da busca por parceiros on-line. Belo Horizonte: Autêntica.

PASSOS, G.V.N.; JONES, M.R. Padrões de Comportamento no Uso de Aplicativos de Relacionamento. In: Revista Panorama Digital vol 2, 2021. Disponível em: observatíoriadigital.sites. Acesso em: maio 2023.

RAUPP, F.M.; BEUREN, I.M. Metodologia da pesquisa aplicável às Ciências Sociais. In: BEUREN, I.M. (Org.). Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006. XIII SEMEAD. Seminário e Administração. Set.2010. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br>. Acesso em: abril 2023.

SANTOS, S.C. Tinder: Uma Etnografia sobre Encontros, Socialidades e Experimentações de Si. In: Revista MANA, vol 2, n.27, 2021. Disponível em: scielo.br. Acesso em: maio 2023.

_____. “*Meu Tinder Tá Bombando!*” Geolocalização, Sociabilidade e Vivências da Sexualidade. Trabalho apresentado na 30ª Reunião Brasileira de Antropologia. Agosto, 2016. MANA 27(2). doi.org. Disponível em researchgate-net/publication. Acesso em: abril 2023.

SCHECHNER, Richard. (2006). O que é performance? In: *Performance Studies a Introduction*. Second Edition. New York & London: Routledge, pp.28-51. Disponível em: www.files.ccercomp.ufg.br. Acesso em: maio 2023.

SEPÚLVEDA, R.; VIEIRA, J. Motivações para o Uso de Aplicações de Online Dating no Contexto Português: A Relevância dos Turning Point. In: Revista Análise Social, vol 2, n.235, 2020.

SILVA, D.R. *Fast-Food* do Amor: Relações Amorosas Contemporâneas Baseadas nos Aplicativos de Relacionamento. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Psicologia da Unidade Educacional de Palmeira dos Índios do Campus Arapiraca da Universidade Federal do Alagoas, 2021.

SILVA, G.F.; CAMARGO, R.A.; DELGADO, R.V. Relacionamentos Amorosos em Aplicativos na Perspectiva Analítico-Comportamental. Artigo. S/D. Disponível em: www.unopar.br/documentos. Acesso em Maio de 2023.

SILVA, P.H.M. O Amor como Mercadoria: Uma Pesquisa Socioantropológica em Torno do Aplicativo de Relacionamento *Tinder*. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Ciências Sociais da Universidade Federal de Uberlândia. 2023.

SILVEIRA, D.T.; CÓRDOVA, F.P. (2009). A Pesquisa Científica. UFRGS. Disponível em: www.ufrgs.br. Acesso em: abril 2023.

SOUZA, A.S.; OLIVEIRA, G.S.; ALVES, L.H. A Pesquisa Bibliográfica: princípios fundamentais. Cadernos da FUCAMP.vol.20, n.43. (2021). Disponível em: www.revistas.fucamp.edu.br. Acesso em: abril 2023.

SOUZA, SILVA e CARVALHO. Revisão Integrativa: o que é e como fazer. Rev. Einstein,v.8,n.1,pp.102-106, 2010.

STENZEL, L. M. (2003). In: BELGO, K. M. Reflexos sobre a imagem corporal e empregabilidade. (S/D). Universidade Federal de Juiz de Fora. Disponível em: www.fef.unicamp.br. Acesso em: maio 2023.

WHITTY e CARR. (2006). Romance no Ciberespaço: a psicologia dos relacionamentos *online*. In: www.psycnet.apa.org. Acesso em: abril 2023.

VELHO, Gilberto. Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

VERNON (1973). In: TODOROV, J.C.; MOREIRA, M.B. O Conceito da motivação na Psicologia. Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva. Rev. bras. ter. comport. cogn. vol.7, nº1. São Paulo. jun.2005. Disponível em: www.pepsic.bv.salud.org.