



REVISTA CIENTÍFICA DA UMC



## RELAÇÕES AFETIVAS NA PÓS-MODERNIDADE: ESTUDO SOBRE OS RELACIONAMENTOS QUE COMEÇAM NO TINDER

Alison Shoji Ishii<sup>1</sup>; Eliziane Jacqueline dos Santos<sup>2</sup>

1. Estudante - curso de Psicologia; e-mail: alison.shoji@gmail.com;
2. Professora - UMC: elizianejacke@gmail.com.

**Área do Conhecimento:** Relações Interpessoais.

**Palavras-chave:** Pós-Modernidade; Relações Afetivas; Relacionamento; Amor; Tinder.

### INTRODUÇÃO

A possibilidade de estabelecer uma relação mais íntima com outras pessoas vem se tornando cada vez mais acessível a partir da diminuição da barreira de distâncias geográficas e temporais, que a tecnologia materializa na interconexão de redes da internet e os meios de acessos, como sites e aplicativos especificamente dedicados para ser um *hub* entre as pessoas, como o Tinder. Essas conexões criam possibilidades de conhecer outras pessoas, de forma instantânea e simultânea, que jamais ter-se-ia a chance de conhecer em seus cotidianos, em função dos locais na qual frequentam, por suas rotinas ou pela distância na qual separam ambos. Para Bauman (2004), amor e desejo têm origens semelhantes, mas diferentes finalidades; o amor mira o eterno ao desejar a sua durabilidade; o desejo mira consumir, de forma impulsiva e imediata, de todo objeto desejado. Assim como um fator exponencial, que é regida pela progressão geométrica, o aumento das possibilidades de relações entre as pessoas só poderia resultar, por menos, em uma grande variedade de vivências de relações afetivas, que ficam entre o espectro de um relacionamento sem compromisso e o casamento, assim como as facilidades de desconectar de uma relação a qualquer momento. Ainda que Freud (2010) afirme que o amor é um potencial meio de felicidade, e é nesta condição que o ego mais se coloca em vulnerabilidade, tanto no momento que está amando o outro ser, o que pode ser considerado como objeto, assim como no desamparo pelo rompimento do laço ou do desinvestimento forçado no objeto amado.

### OBJETIVOS

Compreender as diferenças entre homens e mulheres quanto às expectativas e como estes agem no intuito de se relacionar de forma afetiva por meio dos aplicativos de relacionamento.



## METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa quantitativa de natureza exploratória, que utilizou para a coleta de dados um questionário online com 33 questões de múltipla escolha, na qual foi disponibilizado através de um link eletrônico. Este questionário foi organizado em cinco eixos: 0 – perfil da amostra; 1 – Motivos pelos quais se buscam o uso dos aplicativos de relacionamento; 02 – Critérios de Escolha e Exclusão Inicial; 03 – Desenvolvimento de Interação e critérios de manutenção e exclusão; 04 – Entrelaçamento e Intimidade. Participaram do estudo homens e mulheres que atenderam aos seguintes critérios de inclusão: estar entre 22 e 45 anos de idade, de orientação heterossexual; com estado civil indiferente que residam nas cidades que compõem as região do Alto Tietê - SP; que são usuários do aplicativo Tinder atualmente ou que acessaram o mesmo nos últimos dois anos; e estar morando no Brasil; aceitar a participar do estudo voluntariamente, compreendendo que ao marcar “SIM” no campo do Termo de Aceite declara que leu e está de acordo com a Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) presente no formulário online. As respostas foram tabuladas e suas frequências expressas em porcentagens.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Participaram desta pesquisa 102 pessoas, mas após aplicar os critérios de inclusão e exclusão, a amostra foi reduzida para 77 pessoas, sendo que o perfil demográfico dos participantes apresentou as seguintes características predominantes: 58,44% são mulheres; 47,89% estão entre 30 e 35 anos de idade; 64,94% estão solteiras(os); 59,74% com nível de escolaridade superior completo. Com relação ao uso do aplicativo *Tinder*, 59,74% estavam utilizando o aplicativo no momento da pesquisa; 20,78% utilizaram ou estavam utilizando entre 01 e 03 meses; 19,48% possuíam mais de 501 “curtidas” e outros 19,48% possuíam até 10 “curtidas” em seu perfil; 23,38% possuíam entre 26 a 50 *matches*. Os dados mostram que, ao serem questionados sobre o seu principal objetivo ao utilizar o *Tinder*, 37,66% disseram que procuram um(a) parceiro(a) para um relacionamento sério, 29,87% procuram um(a) parceiro(a) somente para encontros casuais, 15,58% procuram novas amizades, 9,09% afirmam que não sabem o que procuram, 5,19% procuram parceiros(as) para casamento, 1,30% procuram amizades coloridas e outros 1,30% afirmam buscar um novo parceiro pois estão em um relacionamento aberto. Diante disto, 45,45% das pessoas afirmam que o isolamento ou distanciamento social ocasionado como meio para conter a pandemia da covid-19 influenciou a instalar o aplicativo, o que vai ao encontro com crescimento dos números de instalação e uso reportado pela empresa responsável pela plataforma assim como os números de crescimento de uso disponibilizado através de uma pesquisa do site *dating.com* (FORBES, 2020), impulsionado no período das restrições contra a covid-19. Embora seja expressivo os números de crescimentos de uso deste aplicativo durante este período, para 66,23% dos pesquisados acreditam que os objetivos



## REVISTA CIENTÍFICA DA UMC

pelos quais levaram a utilização do Tinder não seriam diferentes caso não estivessem passados pelas restrições ocasionados pela covid-19, enquanto para 20,78% afirmam que os objetivos seriam diferentes e para 12,99% declaram que utilizaram o aplicativo somente antes deste período de distanciamento social. Além disto, no tocante sobre o principal motivo pela qual a pessoa decidiu utilizar o Tinder como meio para se relacionar com outros, 42,86% afirmam não ter tempo ou não costumam sair para conhecer outras pessoas, 20,78% pela curiosidade, 19,48% pela praticidade, 7,79% dizem que são tímidos(as) em situações de conhecer outras pessoas, 7,79% porque todos estão usando e para apenas 1,30% afirmam que por causa das restrições causadas pela pandemia da covid-19. Neste sentido, pode-se levantar a questão sobre o aumento do uso e instalação do aplicativo estar atrelado, principalmente, a impossibilidade de conhecer outras pessoas pela falta de tempo ou por não saírem. Estas duas condições foram fortalecidas durante este período, uma vez que a restrição de mobilidade retirou as possibilidades de frequentar ambientes sociais e o deslocamento das suas obrigações laborais para dentro de suas residências, o chamado teletrabalho ou home office, sobrecarregou o trabalhador com mais dias e horas de trabalho (BRIDI; RIBAS; ZANONI, 2020), e forçou a conciliação da gestão do tempo com outras tarefas da casa e da família. Agora, ao serem questionados sobre o que elas acreditam sobre o objetivo das outras pessoas no Tinder, 42,86% afirmam que procuram um(a) parceiro(a) somente para encontros casuais, 27,27% não sabem o que procuram, 12,99% procuram um(a) parceiro(a) para um relacionamento sério, 10,39% procuram fazer novas amizades, 3,90% procuram um(a) novo(a) parceiro(a) pois estão em um relacionamento aberto e para 2,60% procuram um(a) parceiro(a) para casamento. Diante das experiências de uso, ainda que o Tinder afirma ser um aplicativo de relacionamento de adultos que agrada a todos que estão procurando algum tipo de relacionamento (MATCH GROUP, 2021a), ficou evidente aos participantes de que o principal objeto das pessoas é a busca de um relacionamento casual, mas ao mesmo tempo é significativo a percepção de que muitas pessoas estão ali sem objetivo algum. Neste ambiente que tenta proporcionar um local de encontro para “todos”, os meios para aproximar as pessoas através dos seus objetivos e interesses são limitados, cabendo aos usuários a iniciativa de informar ou perguntar sobre os seus objetivos que buscam ao utilizar a plataforma, aumentando a possibilidade de frustração após um match por um descompasso entre os seus próprios objetivos e com as dos outros. Nesse mundo virtual os indivíduos se “conectam” e se “desconectam” de maneira muito fácil do outro, o que acaba diminuindo o conceito de relacionamentos sérios e duradouros. De acordo com Bauman (2004, p.5) “diferente dos relacionamentos reais”, é fácil entrar e sair dos “relacionamentos virtuais”, em comparação com a “coisa autêntica”, pesada, lenta e confusa, eles parecem inteligentes e limpos, fáceis de compreender e manusear”. De modo geral as relações virtuais por meio de aplicativos, e sites de relacionamentos, tornam-se menos custosas, do que comprometer-se a criar um vínculo, comprometendo as relações reais. Bauman (2004) refere-se as relações



## REVISTA CIENTÍFICA DA UMC



amorosas na contemporaneidade usando o termo conexões, onde a amizade e relacionamentos amorosos podem ser substituídos por conexões e que a qualquer momento, podem ser desfeitas.

O primeiro encontro pessoal é um importante passo para o estabelecimento de uma relação. Em relação sobre quando deve ocorrer o primeiro encontro pessoal, 28,57% afirmam que de 1 a 2 semanas após o match, outros 28,57% até uma semana após o match, 19,48% de 2 semanas a 1 mês após o match, 12,99% de 1 a 3 meses após o match, 5,19% no mesmo dia do match e outros 5,19% depois de 3 meses após o match. Ainda sobre o primeiro encontro, 45,45% das pessoas consideram que o mais importante é que haja uma boa conversa, 20,78% que os locais de encontro sejam agradáveis e seguros, 16,88% que as suas histórias e gostos correspondam com o que foi conversado online, 7,79% que aconteça o sexo, 5,19% que aconteça o beijo, 2,60% que a imagem da pessoa corresponda com as fotos do perfil e para apenas 1,30% que a outra pessoa a surpreenda. Pôde-se notar que ao longo do processo em que estão se conhecendo, ainda que aconteça de forma virtual, começa a se estabelecer a criação de vínculo. No caso da relação amorosa e a escolha do parceiro, é possível observar que é o reconhecimento do Outro que legitima a relação amorosa, ou seja, o sujeito somente saberá dele, se o Outro fala do desejo dele, correspondendo à expressão “o meu desejo é o desejo do desejo do Outro”, como se fosse um par simbiótico, em que os dois se tornam um. O processo de escolha do parceiro, se faz via estas identificações do sujeito com este ideal do eu que o Outro supõe ter representado pela completude (BOONS, 1986). A principal busca das pessoas é poder conhecer alguém através do que ela mostra de melhor, do sexo casual e sobretudo da segurança, onde se mostram apenas qualidades e coisas positivas de si mesmo para o outro e vice-versa. Tendo em vista que dentro dos aplicativos de relacionamentos afetivos existe uma grande quantidade de opções, onde com apenas um clique você “curti” ou “passa” o seu objeto de desejo, possui-se à ideia de que pessoas são tratadas como mercadorias. Os ambientes virtuais funcionam como uma vitrine, pessoas escolhem pela descrição ou capa de um produto que acham mais bonito, usam, e assim que se deparam com alguma ameaça à liberdade individual, demonstrando algum problema por menor que seja ou até mesmo não demonstrando problema nenhum, a pessoa, assim como um produto, pode ser trocada por outro mais moderno ou melhor, num clicar de dedos (SOBRINHO et al.; 2019; COSTA, 2016). Para a apreciação de tais dados, é preciso observar que a coleta dos dados aconteceu em um período de restrições de mobilidade para contenção da pandemia da covid-19; algo atípico e de grande impacto na rotina das pessoas, e neste sentido, o período considerado como requisito para participar do estudo abarca também o intervalo anterior à pandemia.



## CONCLUSÃO

Diante do presente estudo, é possível compreender uma dissincronia nos objetivos pessoais de uso do aplicativo e a percepção dos objetivos dos outros, e diante da própria dinâmica do aplicativo proporciona um ambiente para relacionamentos frágeis.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BOONS, Marie Claire. A propósito do Amor. In: **Reverso**. Belo Horizonte: Mazza Edições, n.25, jul.1986, p.4-21.

BRIDI, M.; RIBAS, F.; ZANONI, A. **Relatório Técnico da Pesquisa: O Trabalho Remoto/Home-Office No Contexto Da Pandemia Covid-19 Parte I**. Curitiba: 2020. Disponível em: < [https://www.eco.unicamp.br/remir/images/Artigos\\_2020/ARTIGO\\_REMIR.pdf](https://www.eco.unicamp.br/remir/images/Artigos_2020/ARTIGO_REMIR.pdf)>. Acessado em: 31 ago 21.

COSTA, Mayara Demetrio. **A Fragilidade das Relações Amorosas na Contemporaneidade. (2016)**. FAE Centro Universitário – Curitiba-PR. Disponível em: [https://www.academia.edu/download/56270228/ARTIGO\\_-\\_A\\_Fragilidade\\_das\\_Relacoes\\_Amorosas\\_na\\_Contemporaneidade..pdf](https://www.academia.edu/download/56270228/ARTIGO_-_A_Fragilidade_das_Relacoes_Amorosas_na_Contemporaneidade..pdf)

FORBES. Forbes Insider: Tinder, happn, Dating, L’Oreal, Rock Content. **Site da Forbes**, 2020. Disponível em: < <https://forbes.com.br/forbes-tech/2020/04/aplicativos-de-paquera-se-adaptam-a-era-do-distanciamento-social/>>. Acessado em 05 fev 2021.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. (Obras completas Volume 18).

MATCH GROUP, **Site do Tinder**, 2021a. Tinder -Bate papo -Amizade-Encontro. Disponível em: <<https://tinder.com>>. Acessado em: 14 fev 2021.

SOBRINHO, Francisca Stefanne Orana ALVES; DE SOUSA LINHARES, Lorena; TEIXEIRA, Juliana Fernandes. **Reconfiguração das relações amorosas nas redes sociais: um estudo de caso do aplicativo Tinder**. <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-1099-1.pdf>

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os envolvidos que contribuíram com o seu tempo para que este estudo pudesse ser realizado. À minha futura esposa, na qual conheci através deste ambiente online, e de forma incansável, me apoiou durante todo



**REVISTA CIENTÍFICA DA UMC**



este período. E por último, mas não menos importante, à orientadora, que acreditou neste tema, e me orientou precisamente.