

Amor Líquido e o uso de Aplicativos de Relacionamento: Análise da Campanha Publicitária do *Tinder* na Visão Baumaniana¹

Bruna WERTONGE²

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

Resumo

A sociedade moderna vive mudanças na forma de se relacionar. O uso de aplicativos de relacionamento cada vez é maior e eles servem como agentes facilitadores na hora de encontrar parceiros. Perante a esse comportamento o presente artigo tem como objetivo associar o conceito proposto por Bauman (2004), que visa compreender a esfera afetiva e suas mudanças na sociedade. Para elucidar o tema, foi utilizado como objeto de estudo a publicidade do *Tinder*, por meio do comercial *#SwipeRight | Não Fique Sozinho Nesse Dia dos Namorados*. Chega-se então a percepção que a forma fluida e acelerada com que as relações afetivas acontecem nos dias de hoje, é reflexo do consumo acelerado que passou a existir. Os aplicativos de relacionamento neste sentido funcionam como atenuantes para suprir essa nova necessidade.

PALAVRAS-CHAVE: Relacionamentos; Campanha Publicitária; *Tinder*; Amor Líquido; Bauman.

Introdução

Atualmente a sociedade contemporânea lida com os relacionamentos afetivos de forma bastante descartável, com certa praticidade é possível escolher e substituir rapidamente as pessoas umas pelas outras. O uso cada vez mais frequente de aplicativos de relacionamento, tem sido um forte aliado para essa ampla gama de opções, onde as pessoas conseguem buscar relações afetivas de forma fácil e fugaz.

Pensando nisso, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman (2004), apresenta conceitos que buscam definir o comportamento nos dias de hoje da sociedade moderna,

¹ Trabalho apresentado no IJ02 – Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Publicidade e Propaganda (2021), na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SUL), e-mail: bwertonge@gmail.com

perante as relações sociais. Ele ressaltava diversos temas ligados ao conceito de liquidez, onde atualmente os relacionamentos, sensações e indivíduos possuem papéis cada vez menos sólidos na coletividade. Muito se discute sobre esse tema no âmbito social, a proposta de que nada mais é duradouro pode ser associada às relações afetivas, com isso será possível compreender o uso do aplicativo *Tinder*, pois entre os diversos usuários, muitos buscam por relações rápidas e descartáveis.

O presente artigo tem como objetivo analisar a comunicação do aplicativo *Tinder* através da peça “#*SwipeRight* | Não Fique Sozinho Nesse Dia dos Namorados” (2017) que reflete a lógica dos relacionamentos fluidos (Bauman, 2014). Além dessa ótica, será utilizado como apoio os conceitos do autor Michel Maffesoli (2010) que buscam compreender a sociedade contemporânea, através de questionamentos sobre o cotidiano dos indivíduos, suas formas de viver, estilos e seus princípios de vida. Stuart Hall (2001) também aborda conceitos da pós-modernidade, sobre a forma com que a evolução mudou a identidade cultural do indivíduo.

Marco Teórico

Na visão de Bauman (2004) o amor e a morte são dois fenômenos semelhantes, pois ambos surgem a partir do nada, nenhum dos dois se espera acontecer, eles surgem sem aviso prévio e eles atingem as pessoas em momentos onde estão desprevenidas, da mesma forma como surgem, também desaparecem.

Atualmente na cultura de consumo os produtos são criados para cada vez mais favorecer a utilização de forma instantânea e assim acaba-se construindo sentimentos e necessidades passageiras por conta do uso imediato. As relações afetivas acabam se assemelhando a essa forma de consumo, pois os relacionamentos ocorrem de forma líquida, passageira e com certa fugacidade.

Um exemplo citado pelo autor Bauman (2004), são as relações de bolso que segundo a explicação de Catherine Jarvie, comentando as opiniões de Gillian Walton do Guia Matrimonial de Londres, recebem esse nome pois você as coloca em seu bolso e sempre que necessário pode buscá-las novamente, seu consumo é instantâneo, ocorre

sempre que há disponibilidade. Neste tipo de relacionamento é preciso saber diferenciar o afeto e as emoções que envolvem uma paixão, não se pode deixar levar por nenhuma situação, pois a única coisa que deve ser levado em conta é a conveniência dessa relação.

É preciso estar muito atento, pois se em algum momento esse percurso estabelecido sair fora da rota é hora de partir para um novo relacionamento de bolso. Assim é necessário deixar o bolso vazio para que possa ser preenchido novamente. Dessa forma as relações afetivas passam a ser diagnosticadas, antes mesmo de deixar com que as pessoas sejam pegas de surpresa por tal sentimento.

Para este tipo de relação, Maffesoli (2010) cita que a sociedade contemporânea mudou com o passar do tempo, ganhou novos aspectos, estilos e cores, esse tipo de evolução na forma de se relacionar faz parte do cenário atual, onde as atualizações são constantes e são fundamentais para formação do indivíduo.

Eis o que caracteriza o tempo das tribos. Sejam sexuais, musicais, religiosas, esportivas, culturais, ou até políticas, elas ocupam o espaço público. É uma constatação cuja negação é pueril e irresponsável, é doentio estigmatizá-las. (MAFFESOLI, 2010, p. 49)

Segundo Hall (2001), essa transformação fez surgir uma nova e decisiva individualidade para a sociedade moderna, essas evoluções libertaram o indivíduo de suas bases mais seguras e tradicionais, as mudanças se tornaram fundamentais para o desenvolvimento da sociedade, pois com elas as relações afetivas passaram a ser mais maleáveis e fluidas.

A internet junto com esse avanço trouxe uma nova ordem comunicativa, através de redes-online que beneficia os encontros, sejam eles afetivos ou não. Maffesoli (2010) diz que devemos nos atentar para esse corpo social específico, no qual o prazer lúdico corrobora essa singela funcionalidade.

A explicação para tal fato são as transformações estruturais ocorridas em âmbito social que alteraram de sobremaneira a subjetividade humana tornando-a descentrada como o desenvolvimento das teorias de Marx que mudaram a visão do homem sobre o trabalho; a emergência da psicanálise com Freud que expôs uma personalidade formada pelo somatório inconsciente e consciente mediada pelo

subconsciente; o feminismo que trouxe à tona a discussão sobre gênero; os estudos de Foucault que propuseram um indivíduo formado a partir das instituições coletivas e os pensamentos de Saussure que vislumbraram um discurso sem autoria, mas repleto de história. (MOURA, MOURA E CORTEZ, 2015, p. 2)

Essa mudança na forma como os relacionamentos afetivos ocorrem é abordada por Bauman (2004) em “amor líquido”, onde a ligação e rompimento ocorre de maneira simples, e as redes sociais contribuem fortemente para essa agilidade na conexão e desconexão entre as pessoas.

Lidia Webber (1999) ressalta em seu artigo “Relacionamentos amorosos na internet” que a tecnologia avançou muito, antigamente para que uma mensagem chegasse a alguém era necessários meses, pois dependia de um mensageiro que viajasse e entregasse um comunicado a determinada pessoa. Com o passar dos anos e com o avanço nos processos surgiu a forma de envio através de correio aéreo, onde ainda sim a mensagem demorava para chegar até o destinatário, mas ainda assim era um método bem mais ágil que o anterior. Posteriormente houve o surgimento de telégrafo, telefone e pôr fim a internet.

A forma de comunicação estabelecida pela internet iniciou com os e-mails e chats, onde o contato ainda não era tão ágil quanto hoje, mas mesmo assim foi um grande salto para a evolução na forma de se comunicar. Depois surgiram as redes sociais, onde com mais facilidade foi possível encontrar, reencontrar e se conectar às pessoas através do desktop. Atualmente as opções de comunicação estão cada vez mais práticas e isso faz com que o contato ocorra de forma muito mais rápida, existem aplicativos que são possíveis de ser acessados através do smartphones, onde as pessoas estão conectadas constantemente.

Com toda essa evolução surgiram também os aplicativos direcionados a relações afetivas, através deles é possível encontrar pessoas que possuem interesse em desenvolver esse tipo de conexão. Segundo uma reportagem publicada no site da revista Veja (2016), entre as cinco ferramentas mais utilizadas entre os usuários duas são aplicativos de relacionamento. Uma pesquisa realizada pelo Match Group (2017), revela que o meio preferido para utilização desses aplicativos é em primeiro lugar o smartphone. Isso mostra o grande crescimento no engajamento da população com esse

tipo de ferramenta, que tem se tornado cada vez mais frequente no dia a dia dos indivíduos devido ao uso de smartphones.

Essa nova forma de comunicação trouxe certa liberdade afetiva, que antes não era algo tão comum, pois com o uso do aplicativo é possível conhecer alguém virtualmente em um dia e no mesmo dia se encontrar presencialmente. Esse tipo de comportamento não era tão popular antigamente, as pessoas demoravam para se conhecer e para avançar em certos pontos em uma relação afetiva.

Para o uso desse tipo de rede social, Bauman (2011) ressalta em entrevista que “a rede é mantida por duas atividades principais: se conectar e se desconectar” isso se aplica ao modo como a relação acontece no cenário atual, se escolhe quem se quer conhecer, depois de conhecer se escolhe se irá ou não manter conexão à essa pessoa e tudo isso ocorre com muita fluidez, de forma cada vez menos sólida.

Há sempre mais conexões para serem usadas - e assim não tem grande importância quantas delas se tenham mostrado frágeis e passíveis de ruptura. O ritmo e a velocidade do uso e do desgaste tampouco importam. Cada conexão pode ter vida curta, mas seu excesso é indestrutível. Em meio à eternidade dessa imperecível, você pode se sentir seguro diante da fragilidade irreparável de cada conexão singular e transitória. (BAUMAN, 2004, p. 80)

Dela Coleta, Dela Coleta e Guimarães (2008), refletem sobre os relacionamentos amorosos e como funcionam na internet em seu artigo, segundo os autores em um primeiro momento os relacionamentos sociais acontecem a nível virtual e cabe a cada pessoa a decisão de seguir ou não com essa relação. Já no segundo momento estes contatos podem se tornar reais, levando assim a relação iniciada no ambiente virtual para o mundo real.

Mas ao levar essa proximidade ao mundo real podem ocorrer certas decepções, pois atrás de uma tela é possível ser qualquer pessoa, a si próprio ou uma invenção. Muitas pessoas já visualizaram um determinado indivíduo, por conta do conteúdo virtual e quando a conheceram pessoalmente enxergaram algo totalmente diferente, tanto fisicamente quanto intelectualmente. Isso é risco que se corre e as pessoas que interagem com esse tipo de contato devem estar cientes dos prós e contras deste tipo de relação iniciada no ciberespaço.

Os conflitos, as mentiras, os problemas e as decepções quando da relação materializada são de caráter subjetivo, dependendo do usuário e da maneira como ele lida e convive no ciberespaço. O usuário é responsável por suas ações e atitudes na esfera do virtual e posteriormente na realidade. (Dela Coleta, Dela Coleta, Guimarães, 2008, p. 4)

Além dessas situações, esse tipo de relação pode beneficiar muitas pessoas, pois através de uma ótica mais otimista, é possível entender que muitas pessoas que possuem dificuldade para iniciar uma conversa ou um primeiro contato no mundo social real, pode quebrar essa barreira através das relações virtuais, e assim com muito mais facilidade ampliar sua rede de relacionamentos sociais.

Neste atual cenário a internet funciona como um facilitador na hora de se comunicar e gerar interação no ambiente social virtual, como cita Silva, Silva e Moraes (2013) em seu artigo, segundo a visão de especialistas, é preciso tomar cuidado com essas experiências pois ao mesmo tempo que ela serve como forma de unir as pessoas, pode também acabar afastando no mundo real. É necessário fazer bom uso dessas ferramentas, para que o contato real não deixe de existir.

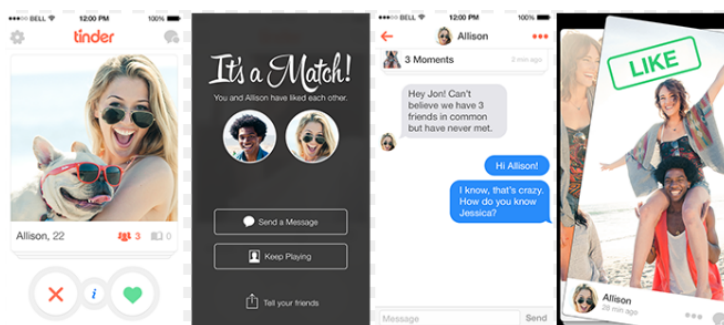
Tinder

O aplicativo de relacionamentos surgiu em 2012, a principal funcionalidade é encontrar pessoas através de um determinado raio por quilômetro, estipulado pelo usuário e por características definidas como, gênero e faixa etária. Além disso o aplicativo faz importação de informações do Facebook para a conta no *Tinder*, como páginas curtidas, fotos do perfil e comparação dos amigos dos usuários para exibir contatos em comum, assim consegue gerar uma maior quantidade de informações e entregar um conteúdo relevante, para que o encontro de parceiros com gostos semelhantes seja mais efetivo. Além disso, é possível escrever uma pequena apresentação sobre si mesmo e também vincular as contas do Instagram e Spotify no perfil.

O aplicativo encontra essas pessoas e as apresenta na interface do *Tinder*, então o usuário tem as opções de não curtir ou curtir o outro usuário, se ambos se curtem

acontece o “*It’s Match*” e então é possível iniciar uma conversa em um chat dentro do próprio aplicativo.

Figura 1: Interface do *Tinder*



Fonte: Fortune (2015)

Souza (2016), menciona que o *Tinder* possui cerca de 100 milhões de usuários, sendo que os países que mais o utilizam são os Estados Unidos, Reino Unido e Brasil. No Brasil, cerca de 60% da população utiliza aplicativos de relacionamento, conforme pesquisa levantada pela empresa Happn Brasil em parceria com Yougov (2017).

Com a facilidade que o *Tinder* trouxe para se relacionar, pode se observar um crescimento no que Bauman (2004) cita como relacionamento de bolso, essas relações vão de encontro com líquido cenário da vida moderna, onde tudo ocorre com certa velocidade, a conexão entre os usuários do aplicativo pode ser muito rápida, assim como sua desconexão, pois é possível desfazer a curtida caso não se queira mais ter contato com a determinada pessoa.

A nova forma em que a sociedade moderna está inserida, onde tudo é muito rápido, inclusive as relações afetivas, se faz possível avaliar através da comunicação utilizada no comercial de aplicativos de relacionamento, o *Tinder*, o qual foi direcionado às pessoas que passam o dia dos namorados desacompanhadas, fomentando o uso do aplicativo como resolvidor para tal necessidade.

#SwipeRight | Não Fique Sozinho Nesse Dia dos Namorados

O comercial do aplicativo voltado para o dia dos namorados no Brasil foi veiculado no Youtube, no canal do *Tinder* Brasil, em 2017. A comunicação inicia com

uma mulher entediada na sala de sua casa visualizando postagens em suas redes sociais sobre o dia dos namorados, onde pessoas se declararam a pessoa amada e registram os momentos acompanhadas. Posteriormente um homem com um buquê de rosas toca a campainha e a personagem principal o atende, mas ele procura por sua irmã que em seguida aparece em cena e sai com personagem.

Com expressão de chateação a personagem fecha a porta e visualiza a cena de um casal com mais idade brindando em um jantar romântico, posteriormente a cena muda para um casal de cachorros. Entediada, ela vai para o seu quarto onde começa a utilizar o aplicativo *Tinder*. Ela avalia os perfis descartando os que não se seu interesse, até que encontra um perfil que lhe chama a atenção, em seguida ela imagina o usuário encontrado fazendo uma serenata em sua janela, após esse devaneio ela curte o perfil e então surge o “*It’s Match*”, possibilitando o contato entre ela e o pretendente. O comercial encerra com a imagem de um balão no formato de coração saindo do quarto da personagem principal e apresenta a mensagem “Ninguém precisa ficar sozinho hoje”.

Os profissionais de publicidade (da área de criação, especificamente) utilizam-se da metonímia e outras estratégias de linguagem ao criarem os slogans para apresentarem soluções de comunicação, as quais “suprem as angústias” (Bauman, 2004) dos consumidores/ receptores das mensagens. Ainda ao se pensar em linguagem publicitária é válido ressaltar que outro recurso usado pelos publicitários, para que a comunicação se efetive com mais facilidade e empatia, é valer-se de discursos conjugados às novas plataformas que fazem parte do repertório cultural do próprio target (público-alvo) para quem a campanha é direcionada. (CARRASCOZA, 2007, p.7)

O *Tinder* transcreve em sua propaganda a forma em que atualmente se lida com os relacionamentos afetivos e essa forma vai de encontro com o que Bauman (2004) fala sobre a fugacidade com que as relações afetivas ocorrem em uma cultura consumista como a da sociedade contemporânea, onde a busca por sentimentos e relações instantâneas é cada vez mais frequente, os aplicativos de relacionamento facilitam a forma com que a atual sociedade está lidando com esse tipo de relação em seu cotidiano.

Materiais e Métodos

O tema abordado no presente artigo possui natureza bibliográfica, pois as teorias e análises mencionadas possuem fundamentos baseados em livros e artigos sobre o conteúdo apresentado. Para efetuar a análise com o apoio das teorias aqui apontadas, será empregado como objeto de estudo o comercial realizado pelo aplicativo de relacionamento *Tinder* (*#SwipeRight* | Não Fique Sozinho Nesse Dia dos Namorados), a propaganda contextualiza os conceitos mencionados na pesquisa.

Adiante a análise, será realizada a corroboração das circunstâncias baseadas no objeto de estudo deste artigo, onde as teorias mencionadas vão de encontro com o comercial analisado, que se trata de um novo comportamento da sociedade moderna.

Análises

A publicidade utilizada pelo *Tinder* intitulada como *#SwipeRight* | Não Fique Sozinho Nesse Dia dos Namorados, tinha como principal objetivo incentivar o uso do aplicativo no dia dos namorados, pois poderia ser uma data comemorada inclusive pelos solteiros se utilizassem o aplicativo e encontrassem um parceiro que fosse do seu interesse, sendo assim seria possível iniciar uma conversa e combinar um encontro presencial.

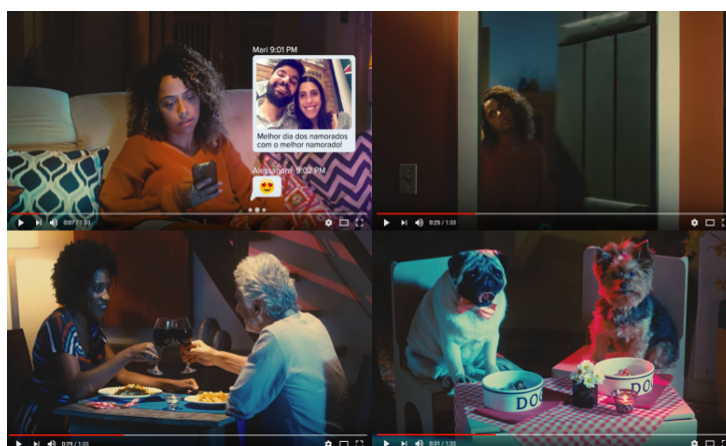
Na primeira cena observa-se a personagem principal visualizando postagens em redes sociais sobre casais comemorando o dia dos namorados, com fotos românticas e declarações de afeto a pessoa amada. Neste cenário pode-se notar que uma necessidade foi criada e passou a ser percebida, pois ao ver as comemorações realizadas por outras pessoas a personagem passa a enxergar a imposição de ter alguém para se relacionar. Bauman (2004) refuta que a sociedade atual dispõe de formas de se relacionar atreladas a cultura do consumo, onde tudo é instantâneo e as necessidades são facilmente impostas com a premissa de serem supridas rapidamente sem grandes esforços.

E assim é numa cultura consumista como a nossa, que favorece o produto pronto para uso imediato, o prazer passageiro, a satisfação instantânea, resultados que não exijam esforços prolongados, receitas testadas, garantias de seguro total e devolução do dinheiro. A

promessa de aprender a arte de amar é a oferta (falsa, enganosa, mas que se deseja ardentemente que seja verdadeira) de construir a “experiência amorosa” à semelhança de outras mercadoria, que fascinam e seduzem exibindo todas essas características e prometem desejo sem ansiedade, esforço sem suor e resultados sem esforço. (BAUMAN, p. 21)

Em seguida a campanha toca e ao abrir a porta a personagem se depara com um homem segurando um buquê de rosas, na sequência surge sua irmã que se dirige a porta e sai com o companheiro. O casal vai embora e ao fechar a porta a personagem principal possui uma expressão de frustração, ao se virar para dentro de casa se depara com uma mesa de jantar onde um casal brinda em um jantar romântico. Posteriormente a cena é substituída por um casal de cachorros que também, representam um jantar romântico.

Figura 2: Propaganda *Tinder*



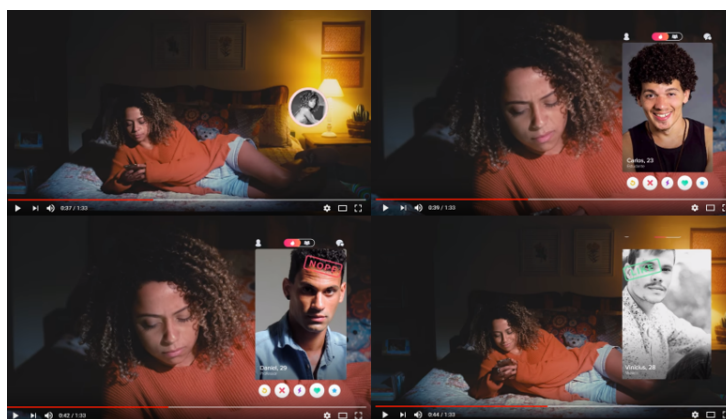
Fonte: Youtube (2017)

Frustrada com a situação, a personagem principal vai para o seu quarto, onde inicia o uso do do *Tinder*; entediada ela passa por alguns perfis que não lhe chamam atenção e por isso os descarta, até que um perfil lhe interessa e ela o concede o “like”. Silva, Silva e Moraes (2013) citam que as redes agem como facilitadores no momento de comunicação e o aplicativo na cena transcrita faz alusão a essa acessibilidade que a personagem principal tem a sua disposição ao fazer uso do aplicativo.

Bauman (2004) cita que a sociedade contemporânea dispõe de uma grande “oferta” de pessoas que podem ser escolhidas para se relacionar, dessa forma é possível escolher as pessoas como se fossem produtos próprios para o consumo. O *Tinder* no comercial vai de encontro com essa visão, pois ao utilizar o aplicativo a personagem

escolhe os perfis como se estivesse escolhendo um produto em uma prateleira, descartando os “produtos” que não são de seu interesse e escolhendo o que lhe é de maior agrado.

Figura 3: Propaganda *Tinder*

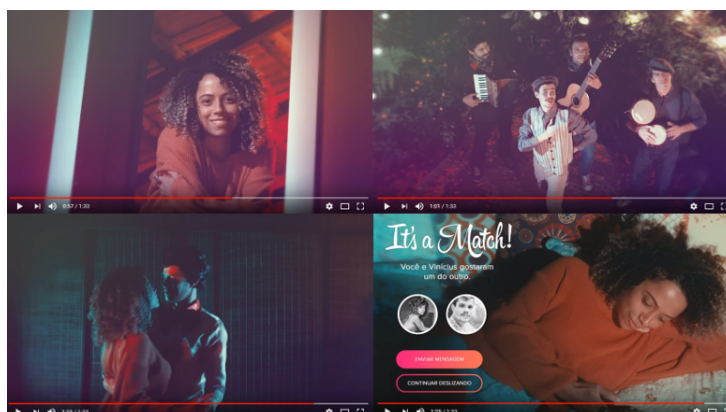


Fonte: Youtube (2017)

Ao encontrar o perfil que lhe é pertinente a personagem principal imagina o pretendente escolhido fazendo uma serenata romântica em sua janela, em sequência na sua imaginação ela retorna para o seu quarto coberta por uma chuva de corações onde o parceiro escolhido no aplicativo lhe puxa para dançar. Posteriormente ela volta para sua realidade e o “*Match*” entre a personagem principal e o perfil escolhido no *Tinder* ocorre.

Segundo Bauman (2004) no atual cenário em que vivemos tudo é feito de forma rápida, sentimentos passaram a fazer parte do consumismo, onde acabaram se tornando cada vez mais passageiros, a necessidade de ter sentimentos e relações sólidas já não existe mais. No comercial essa imaginação da personagem vai de encontro com o que o autor cita em amor líquido, pois a personagem é tomada por um sentimento passageiro ao encontrar o perfil que é de seu interesse, assim imagina situações com a pessoa sem nem mesmo saber se de fato algo irá acontecer, essa cena representa a fugacidade com que a sociedade atual lida com as emoções e relações afetivas.

Figura 3: Propaganda *Tinder*



Fonte: Youtube (2017)

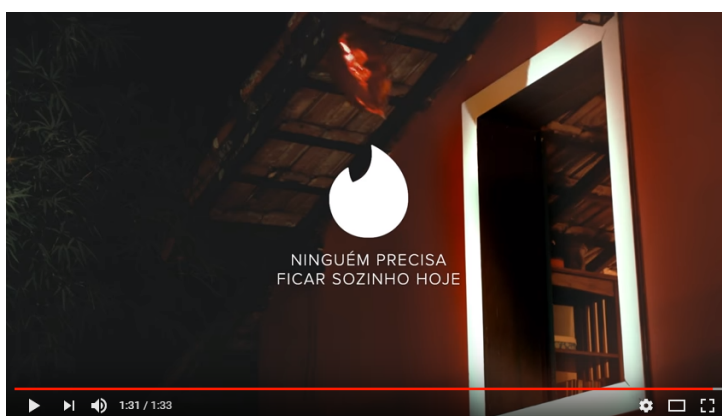
O comercial é finalizado com um balão em formato de coração saindo da janela do quarto da personagem, representando a data comemorativa e aparece a seguinte frase: ninguém precisa ficar sozinho hoje. Fazendo alusão ao dia dos namorados, onde a personagem que estava sem um companheiro, supostamente encontra alguém para comemorar essa data. Essa cena pode ser contextualizada na teoria de Maffesoli (2010), representando a atual sociedade, onde as pessoas evoluíram, mudaram seus estilos de vida, o autor caracteriza como o novo ciclo, onde as mudanças ocorrem nos grupos culturais, na cultura sexual e em muitos outros aspectos.

Tudo serve para celebrar um estar junto cujo fundamento é menos a razão universal do que a emoção compartilhada, o sentimento de fazer parte. É assim que o corpo social se fragmenta em pequenos corpos tribais. Corpos que se teatralizam, que se tatuam, que se perfuram. As cabeleiras se eriçam ou se cobrem de xales, de quipás, de turbantes ou de outros acessórios, até mesmo de lenços de seda Hermès. Em suma, na monotonia cotidiana, a existência inflama-se com novas cores, traduzindo, assim, a fecunda multiplicidade dos deuses. Porque é sabido que há muitas casas na morada do Pai! (MAFFESOLI, 2010, p. 49)

Hall (2001), cita que tal modificação no comportamento sociedade, fez com que a liberdade afetiva passasse a existir fazendo com o indivíduo tivesse maior variedade em suas escolhas, permitindo relações mais diversificadas, possibilitando experimentações e novas propostas caso a relação atual não lhe favorece mais, dessa forma as pessoas passaram a se relacionar de maneira menos tradicional, expandindo sua percepção com as relações afetivas.

Essas mudanças foram essenciais para o progresso da sociedade, pois se não houvesse tal evolução a data comemorativa abordada na propaganda só poderia ser comemorada por casais que já se conhecessem, mas com o avanço do corpo social é possível que as relações ocorram de forma mais fugaz, como mostra no comercial do *Tinder*.

Figura 5: Propaganda *Tinder*



Fonte: Youtube (2017)

Considerações Finais

A atual sociedade passou por uma grande evolução junto com ela a forma de se comunicar, se conectar e consumir também. Os indivíduos possuem vidas mais agitadas e dinâmicas, essa atual realidade fez com que os laços afetivos passassem por tais modificações.

Nesse processo os aplicativos de relacionamento se tornaram fortes aliados às relações afetivas, pois essa evolução trouxe a facilidade de conexão e desconexão entre os usuários do *Tinder*. Bauman (2004) introduziu o conceito de liquidez nas relações humanas, o autor fala sobre a fugacidade e sobre os relacionamentos, que hoje não são mais sólidos, ele também cita sobre o consumismo, que atualmente faz parte das relações afetivas.

Assim os laços afetivos se modificaram e hoje são mais fluidos, além disso se tornaram semelhantes a objetos de consumo. Pode-se contextualizar essa circunstância

no comercial, pois a personagem principal é devastada por um sentimento de carência no dia dos namorados, onde rapidamente ela tenta suprir tal necessidade tentando encontrar um parceiro no aplicativo *Tinder*, ela escolhe o perfil que lhe é de maior agrado, depois que o “*Match*” ocorre, percebe-se que sua expressão facial que antes era de descontentamento, modifica-se, dando a entender que ela conseguiu reverter essa situação e suprir a necessidade passageira de ter alguém, pois ao escolher um parceiro de maneira rápida e dinâmica no aplicativo ela passa a ter um expressão de contentamento.

O consumo rápido e instantâneo acabou atingindo até mesmo os laços afetivos, sentimentos e necessidades deixaram de ser sólidos, passaram a ser passageiros e essa característica faz parte da transformação da sociedade, se compreende que tal conduta vai de encontro com essa evolução e necessidade. Sendo assim, existe a possibilidade para realizar novos estudos a fim de se compreender se esse atual comportamento traz mais benefícios ou malefícios à sociedade moderna.

Referências

COSSETI, Melissa. **Pesquisa revela por que os solteiros preferem aplicativos a sair para a balada.** Disponível em:

<<https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/05/pesquisa-revela-por-que-solteiros-preferem-aplicativos-a-sair-para-balada.ghtml>>. Acesso em: 20 de maio. 2018

DELA COLETA, DELA COLETA², GUIMARÃES. **O amor pode ser virtual? O relacionamento amoroso pela internet.** Disponível em:

<<http://www.scielo.br/pdf/pe/v13n2/a10v13n2>>. Acesso em: 16 de maio. 2018

GOOGLE. **História sobre os sites de relacionamento.** Disponível em:

<<https://sites.google.com/site/historiasobreossitesdebusca/historia-dos-sites-de-relacionamento>>. Acesso em: 09 de maio. 2018

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 10ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

MAFFESOLI, Michael; ANDREI NETTO; BOLLINGER, Antoine. **Apocalipse:** opinião pública e opinião publicada. Porto Alegre: Sulina, 2010.

MOURA, Carolina, CÔRTEZ, Letícia. **Amor líquido na era *Tinder*: Uma análise da campanha publicitária do ministério da saúde sob a ótica Baumaniana.** Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1472-1.pdf>>. Acesso em: 28 de março. 2018

NEXO JORNAL. 4 reflexões de Zygmunt Bauman, das redes sociais ao medo líquido.

Disponível em:

<<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/01/09/4-reflex%C3%B5es-de-Zygmunt-Bauman-das-redes-sociais-ao-%E2%80%98medo-l%C3%ADquido%E2%80%99>>. Acesso em: 09 de maio. 2018

SILVA, SILVA E MORAES. A internet como ferramenta tecnológica e as consequências de seu uso: aspectos positivos e negativos. Disponível em:

<https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigo_sobre_internet_corrigido_0.pdf>. Acesso em: 16 de maio. 2018

SOUZA, Ana Luisa. Mas afinal, o que é o *Tinder*? -Um estudo sobre a percepção que os usuários têm sobre o aplicativo. Disponível em:

<<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/viewFile/ver.2016.30.75.03/5591>>. Acesso em: 20 de maio. 2018

TERRA. 60% dos brasileiros utilizam aplicativos de paquera como Happn e *Tinder*.

Disponível em:

<<http://idgnow.com.br/internet/2017/06/19/60-dos-brasileiros-utilizam-aplicativos-de-paquera-como-happn-e-tinder/>>. Acesso em: 09 de maio. 2018

VEJA. Aplicativos de namoro happn e *Tinder*. Disponível em:

<<https://vejasp.abril.com.br/consumo/aplicativos-namoro-happn-tinder/>>. Acesso em: 09 de maio. 2018

WEBER, Lidia. Relacionamentos amorosos na internet. Disponível em:

<<http://www.lidiaweber.com.br/Artigos/1999/1999Relacionamentosamorososnainternet.pdf>>. Acesso em: 09 de maio. 2018

ZYGMUNT, Bauman. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.